

UN ATOUT CLÉ DE LA MARQUE FRANCE

# L'EXCEPTION CULTURELLE

Quel rôle pour la France ? L'exception culturelle et la marque France, chacune à leur manière, ont relancé les synergies matérielles ou immatérielles entre culture et commerce, diversité et mondialisation, trop longtemps considérés comme antagonistes. Pour poser concrètement la finalité de toute politique culturelle et de marque, créateurs et créatifs à vous de jouer !

**Par Laure Kaltenbach et Olivier Le Guay**



## EXCEPTION CULTURELLE - MARQUE FRANCE, COMBIEN DE DIVISIONS ?

Le rapprochement peut surprendre ou froisser quelques-uns – comme le fut en 2008 la création du Forum d'Avignon qui valorisait les liens entre culture et économie – mais le Rapport Lescure « Acte II de l'exception culturelle » et le Rapport « Marque France Acte I » partagent le même « rêve » selon l'expression heureuse du second : « *Que la créativité et l'imagination soient les premiers agents de l'économie compétitive.* » Si la culture n'y est pas citée parmi « *les actifs clés de la marque France* », les Français récemment interrogés<sup>1</sup> ne s'y trompent pas : ils sont 46 % à mettre la culture comme « notre principal atout dans la mondialisation » (devant la qualité de vie, 38 %, et la recherche, 30 %).

## UNE MÊME AMBITION COLLECTIVE

Bien au-delà des ministères qui les ont commandités ou des entreprises qui les portent, chacun de ces rapports porte haut une même ambition de rayonnement, celle de projeter la « marque » et la culture de la France. Grâce à une dynamique associant étroitement des valeurs économiques et symboliques, « *le concept d'exception culturelle, promu par la France sur la scène internationale depuis les années 1980, soulignent les premières lignes du Rapport Lescure, repose sur l'idée que la culture ne saurait, en raison des enjeux qui s'attachent à la création et à la diffusion des œuvres, être intégralement soumise aux règles du droit commun et de l'économie de marché. Sans nier la dimension économique de la culture, l'exception culturelle vise à reconnaître et protéger sa dimension éthique, politique et sociale, qui en fait l'un des fondements de la dignité humaine.* » Ne faut-il pas considérer cette « exception » qui défend ses créateurs et ses industries culturelles et créatives (ICC) au nom de la diversité comme un élément fondateur du « *récit économique de la France* » que prône le Rapport « Marque France Acte I » ?

## LA CULTURE - ET LES INDUSTRIES CRÉATIVES - ONT UNE DIMENSION MARCHANDE

L'impact de la culture en termes de valeur et d'emplois ne cesse de grandir : un chiffre d'affaires mondial de 2 700 milliards de dollars (près d'une fois et demi le tourisme mondial selon les chiffres de l'Unesco), environ 8 millions d'emplois directs en Europe, dont 697 000 emplois en France (à comparer aux 225 000 dans l'automobile en 2006). Cette dynamique n'est pas près de s'arrêter : « *La demande mondiale pour les contenus culturels, estimée à plus de 500 milliards de dollars (environ 355 milliards d'euros) doit être satisfaite,* constatait récemment la Commission européenne. *La capacité à développer le commerce des ICC détermine dans une large mesure le succès de la promotion du dialogue interculturel et de la compréhension mutuelle. Le développement au niveau international des ICC sert à la promotion de la diversité culturelle dans un monde globalisé.* » Une étude Bain<sup>3</sup> estime à + 6 % l'évolution des profits totaux des industries culturelles pour la période 2012-2016 grâce au dynamisme des marchés émergents (+ 9 % contre l'Europe + 3 %). La culture nourrit et stimule ici toutes les convoitises. « *L'exception culturelle mérite-t-elle que l'on se batte pour elle ?* » s'interrogeait un éditorialiste d'un journal économique, le lendemain de l'exclusion de l'audiovisuel – arraché de haute lutte – du mandat européen sur la constitution d'une zone de libre-échange entre l'Union européenne et les États-Unis. Rappelant les effets pervers d'un

## DE LA DIVERSITÉ

### À L'EXCEPTION

« *La notion de diversité culturelle ne se substitue pas à celle d'exception... Par "diversité culturelle", il s'agit d'explicitier la finalité poursuivie dans la négociation. "L'exception culturelle" est donc le moyen juridique, à mes yeux non négociable, d'atteindre l'objectif de diversité,* » déclarait Catherine Trautmann, ministre de la Culture dans *Le Monde* du 10 octobre 1999. La position française n'a pas varié.

(1) 4<sup>e</sup> édition de l'Observatoire de la marque France, W&Cie février 2013.

(2) « Promouvoir les secteurs de la culture et de la création pour favoriser la croissance et l'emploi dans l'Union européenne » 26/09/2012, p. 3.

(3) *Sept ans de réflexion. Imagination et transmission, créatrices de valeurs ?* Bain 2012 pour le Forum d'Avignon.

(4) *Mapping the Cultural and Creative Sectors in the EU and China*, IPR2, 2011, p. 5.

protectionnisme larvé ou les excès collatéraux d'un régime d'exception... « *Renoncer à mener des politiques ambitieuses en faveur de la culture, notamment du cinéma et de l'audiovisuel*, rappelait une lettre ouverte des 14 ministres ou responsables de la culture européens, *ce serait renoncer à une part du rayonnement de l'Europe, se priver d'un formidable levier pour la croissance et l'emploi et oublier cette évidence largement partagée par nos concitoyens : la culture n'est pas un bien comme un autre.* » De cette dynamique, il faut organiser des industries européennes fortes, capables de consolider des productions nationales, de travailler en coproduction et d'assurer une diffusion internationale. « Le travail à l'export » dont parle Pierre Lescure dans notre entretien (*voir interview p. 76*), est indispensable à nos ICC.

## **RASSEMBLER CULTURE ET INDUSTRIE, ARGENT PUBLIC ET PRIVÉ**

La France dispose d'une chance unique pour redessiner collectivement une marque porteuse d'un projet culturel et industriel. « *L'imaginaire, quand il peut se traduire dans la réalité, est la vraie valeur du monde de demain*, invoque le Rapport Lentschener. *Et la France est justement un pays qui a la légitimité et l'opportunité de concilier le rêve et la réalité, le passé et le futur, le possible et l'impossible. La France est un multiplicateur de valeur.* » Au-delà de l'économique, l'impact social de l'investissement culturel public se mesure au niveau des territoires<sup>4</sup> : un euro d'investissement culturel public d'une ville se traduit par 33 euros de PIB par citoyen. Les villes dont la dépense culturelle publique est supérieure à la moyenne nationale ont un taux de chômage inférieur de 8 % à la moyenne nationale. Pour le faire savoir, il faut consolider la marque France, et permettre à la création et aux créateurs de se développer. Les défis – notamment le décrochage des expertises – sont immenses.

Il faut rassembler les bonnes volontés, créateurs et créatifs, investisseurs et entrepreneurs, et jouer de tous les leviers ministériels coordonnés. L'ambition se nourrit d'un soutien individuel et collectif aux créateurs et entrepreneurs, culturels y compris, d'une coordination de l'investissement public et privé de formation artistique et marke-

# LA FRANCE DISPOSE D'UNE CHANCE UNIQUE POUR REDESSINER UNE MARQUE PORTEUSE D'UN PROJET CULTUREL ET INDUSTRIEL.

ting, d'un essaimage généralisé des créateurs dans toutes les industries. Elles ont toutes à gagner de créateurs en résidence pour imaginer et concevoir leurs produits et services de demain. Le management par la création n'est pas nouveau, mais il faut l'encourager. Il faut batailler pour que cet investissement culturel et créatif constitue l'un des premiers chantiers que la Commission de la marque France mettra en œuvre, et que l'exception culturelle soit considérée pour valoriser, développer et transmettre – notre positionnement –, pardon ! - notre identité commune nationale et européenne.

## **C'EST QUOI L'EXCEPTION CULTURELLE ?**

« *Un ensemble cohérent de dispositifs visant à favoriser la création, la production, la distribution et la diffusion des œuvres culturelles : mécanismes de régulation, outils de financement, dispositifs fiscaux... Certains sont propres à un secteur culturel (prix unique du livre, chronologie des médias, obligations d'investissement et de diffusion, compte de soutien à la production cinématographique et audiovisuelle, quotas de chanson française), d'autres ont une portée plus générale (rémunération pour copie privée, TVA à taux réduit). Au-delà de leurs spécificités, ces dispositifs reposent sur des principes communs : soutien à la diversité de la création, promotion de la création française et francophone, accès du public à une offre culturelle de qualité et variée, contribution au financement de la création des acteurs qui tirent profit de l'exploitation et de la diffusion des œuvres.* »

In "Rapport Lescure. Exception culturelle, acte II."

# TROIS QUESTIONS À Pierre Lescure

RAPPORTEUR DE LA MISSION SUR  
« L'EXCEPTION CULTURELLE, ACTE II »

## L'exception culturelle, « réactionnaire » ou visionnaire ?

L'exception culturelle constitue une dynamique de financement qui profite à l'ensemble de l'Europe. Sa création audiovisuelle en a besoin. Le cinéma portugais, espagnol, mais aussi méditerranéen n'existerait pas sans ce mécanisme simple : une part des recettes sert au financement en amont. Loin de tout immobilisme, l'objectif de ma mission consiste à faire évoluer nos modèles nés avant le numérique, d'intégrer la révolution – bienheureuse – mais combien décoiffante du Net tout en assurant la pérennisation du financement de la création.

## Peut-on parler de culture européenne ?

C'est quand après avoir vu un film, on dit que seul un Français ou un Espagnol peut faire cela ! Nous sommes un continent de plus de 330 millions d'habitants, composé de 28 pays dont chaque marché ne peut se suffire à lui-même. C'est la beauté de cette communauté mais aussi sa faiblesse face aux États-Unis qui peuvent s'appuyer sur la logique unitaire du "coast to coast". De plus, l'audiovisuel est un enjeu majeur d'exportation pour les États-Unis, géré au niveau fédéral, ce que n'arrivent pas à faire les Européens. Il faut un mix entre des mesures nationales et européennes. Et cela ne peut venir que d'une volonté politique, comme celle qui créa le CNC en 1946 alors que le plan Marshall exigeait 50 % du marché pour les films "made in USA". Il faut tout faire pour préserver cette diversité-là. En termes de production, la création doit toujours garder un drapeau, même si d'autres pays peuvent s'y rallier. La circulation doit être fédérale. Il faut penser à l'export. La culture est un atout de la marque France.



**LA CULTURE  
EST UN ATOUT  
DE LA MARQUE  
FRANCE.**

**Votre Rapport propose 80 mesures.**

**Y en a-t-il de prioritaires ?**

Chacune des mesures veille à faire évoluer les modèles d'affaire en fonction des usages et propose un pas en avant avec ceux qui accepteront de faire le suivant. Toute mesure engagée est importante dès lors qu'elle est le signe qu'une partie des acteurs accepte de se mettre en mouvement. Deux mots devraient être obsolètes : le gel des œuvres (qui freine l'accès aux œuvres et entretient la faiblesse de l'offre légale), la patience des consommateurs au nom de « la chronologie des médias » qui n'est plus de mise avec notre monde hyperconnecté.