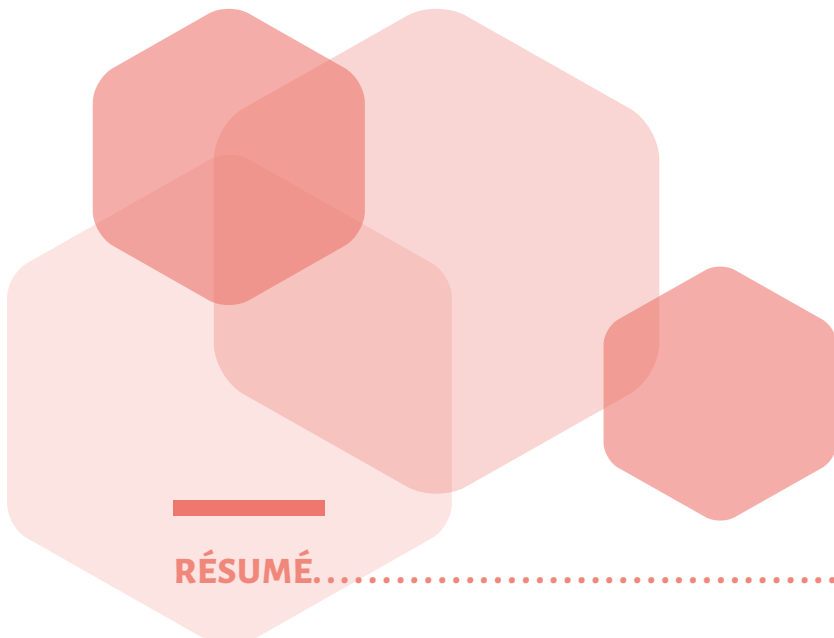




INTÉRÊT GÉNÉRAL
LA FABRIQUE DE L'ALTERNATIVE

**INDUSTRIES CULTURELLES
ET CRÉATIVES :
POUR UNE POLITIQUE
AU SERVICE
DE LA CRÉATION
ET DES CITOYEN·NES**



RÉSUMÉ.....	3
INTRODUCTION.....	4
A. « Industries culturelles et créatives » : un fil critique à reprendre	4
B. Le poids des ICC dans l'économie et dans la culture	5
I. AFFRONTER ET FAIRE RECULER LE CAPITALISME CULTUREL DÉBRIDÉ	7
A. Borner les dynamiques capitalistes de concentration et de financiarisation	8
Concentration dans la production	8
Concentration dans la distribution	11
Concentration dans la diffusion	11
Intégration verticale et concentration sur des niches	12
B. Assumer la bifurcation écologique dans les ICC.....	15
C. Refuser l'ubérisation de la production culturelle.....	17
II. REMETTRE LA CRÉATION AU CENTRE ET INVENTER L'EXCEPTION CULTURELLE DU XXI^E SIÈCLE.....	20
A. Face aux effets Mickey, Ravel, Dalida ou Fils De, soutenir la diversité et éviter la monoculture, prémices de la désertification	20
B. Dans le monde physique, refuser le conformisme de la distribution culturelle, et accorder le droit de chacun-e d'accéder à toute la culture	22
C. Dans la sphère numérique, lutter contre les « bulles » et renforcer le pouvoir et la rémunération des créateur-rices	25

Pour citer cette note :

Intérêt général, « [Industries culturelles et créatives : Pour une politique au service de la création et des citoyen-nes](#) », note #31, juin 2024.

RÉSUMÉ

Les industries culturelles et créatives (ICC) sont au cœur du secteur culturel, du discours dominant sur la culture, de l'emprise des capitalistes dans la culture, de l'action politique des néolibéraux en matière culturelle.

Le concept peut embrasser large, comprendre la mode, le design, la presse, la publicité, voire toute la culture, arts visuels, spectacle vivant et patrimoine compris. **La note proposée se concentre sur le cinéma, l'audiovisuel, la musique, le livre et le jeu vidéo**, qui représentent ensemble plus de la moitié de l'activité culturelle (50 milliards d'euros de chiffre d'affaires), 170 000 emplois salariés en France.

Les ICC sont, comme leur nom l'indique, la culture produite à grande échelle et facilement accessible, le support des cultures populaires à large diffusion. Elles sont donc au cœur de l'expérience sensible de chacun-e, de la construction des imaginaires, de la circulation et de la confrontation des idées.

Dès lors, faire de la culture une industrie comporte, fondamentalement, deux risques : la gérer (comme les autres industries) en actif économique à rentabiliser, et faire des citoyen·nes et usager·es des consommateur·rices passif·ves. **Qui fabrique cette culture et comment ? est donc une question clé**, d'autant que les possibilités d'en industrialiser la production, et d'en démultiplier le potentiel de subjugation – risques identifiés dès l'origine –, tendent à s'intensifier par les évolutions numériques et capitalistiques.

La présente note propose deux axes de réflexion critique sur les ICC.

Elle se propose, d'une part, de « prendre au sérieux » leur dimension industrielle, en rejetant l'approche béate, productiviste et cynique des conservateurs et des libéraux (et de la prétendue « gauche » molle qui s'est alignée sur eux). Le capitalisme mondialisé, financiarisé et fossile a conduit les ICC dans les mêmes impasses que les autres secteurs productifs. Bien qu'historiquement, les ICC françaises se sont bâties à l'abri de « l'exception culturelle », celle-ci a permis de préserver une filière nationale produite en langue française, atout vital du *soft power* français. **L'exception culturelle, aménagement du capitalisme culturel, montre néanmoins ses limites, avec l'intensification en cours de dynamiques globales : concentration aux plans national et international, horizontale et verticale, financiarisation et recherche dégonflée de la rentabilité, ubérisation du travail, mutation numérique des ICC, intensité croissante en ressources physiques.** Nous proposons donc des solutions de déconcentration et de socialisation partielle de leur propriété, d'émancipation réelle des travailleur·ses des ICC, et de bifurcation écologique – c'est-à-dire **une approche d'intérêt général, appuyée sur des services publics solides, pour faire refluer l'emprise capitaliste sur la culture.**

Il s'agit, d'autre part, de remettre la création et les citoyen·nes au centre. Nous proposons des pistes, dans les mondes physique et numérique, pour nous assurer que la culture, toute la culture, est à la portée de toutes et tous. L'action de la puissance publique doit permettre l'accessibilité physique, l'accessibilité financière et l'accessibilité par l'éducation. En parallèle, face au risque d'une double course vers le bas – l'uniformisation culturelle d'une part (avec quelques plateformes, quelques artistes surpuissants), la fragmentation à l'infini par une offre sur mesure d'autre part (« mon » Netflix, « mon » TikTok ne ressemblent pas à ceux des autres) –, il faut veiller à ce que la culture soit diverse, de qualité et accessible au niveau de ses usages. Dit autrement, il s'agit de **refonder une véritable exception culturelle pour le XXI^e siècle : diversité de l'offre, accès physique, accès numérique.**

INTRODUCTION

A. « INDUSTRIES CULTURELLES ET CRÉATIVES » : UN FIL CRITIQUE À REPRENDRE

La notion « d'industrie culturelle » a été élaborée par l'École de Francfort, un groupe de philosophes du XX^e siècle d'inspiration marxiste, alors que les révolutions techniques successives (photographie, radio, cinéma, télévision, etc.) permettaient la reproduction et la diffusion des œuvres de manière large, transformant profondément le statut de l'œuvre d'art et son usage social. Ces mécanismes sont décrits notamment dans *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique* de Walter Benjamin¹ qui y voit une forme de libération et de désaliénation des masses qui peuvent désormais se saisir de l'art et en devenir les actrices. Theodor Adorno et Max Horkheimer sont plus pessimistes et analysent quant à eux la reproductibilité comme l'arrivée et le développement d'une « culture de masse »² qui s'uniformise, au détriment de la création et de l'artiste, mais aussi de l'individu qui devient simple consommateur-riche, aliéné-e par sa consommation passive de biens culturels. **Les industries culturelles sont les opératrices du « fétichisme de la marchandise », pour le monde des signes, des émotions et des idées.**

Par une de ces réappropriations dont ils ont le secret, le capitalisme contemporain et l'État qui le sert se sont emparés du terme pour en éliminer la fonction critique. En passant de l'industrie culturelle *aux* industries culturelles puis aux industries culturelles et créatives, le néolibéralisme lui a fait subir une triple opération : neutralisation, euphorie capitaliste et généralisation.

Neutralisation d'abord : le terme est devenu descriptif, pour désigner un secteur économique et non plus une manière de faire ou défaire la culture. **Euphorie capitaliste ensuite : la culture devient avant tout une opportunité de créer des richesses et des emplois.** En 2014, la ministre PS Aurélie Filippetti disait par exemple des ICC : « c'est autant que les industries de l'agroalimentaire et de l'agriculture, et sept fois plus que celle de l'automobile³ ». Les deux opérations se prolongent actuellement avec une généralisation du concept d'industries culturelles et créatives – et ses implications de normalisation capitaliste – à l'ensemble du champ culturel. En 2015, la Commission européenne les a définies ainsi : « Les industries culturelles sont les industries qui produisent et diffusent des biens ou des services considérés au moment de leur conception comme possédant une qualité, un usage ou une finalité spécifique qui incarne ou véhicule des expressions culturelles⁴ », englobant l'ensemble des arts du spectacle et des arts visuels, et le patrimoine.

Dans cette note, nous nous concentrons sur le cinéma et l'audiovisuel, le livre, le jeu vidéo et la musique. Si l'ensemble des secteurs artistiques et culturels sont touchés par les révolutions numériques en cours, et par le durcissement actuel du thermo-capitalisme financiarisé, les secteurs retenus pour notre cadre d'étude sont 1) les plus importants sur le plan économique, 2) les plus transformés, dans la production, la diffusion et la consommation et 3) modélisants pour le champ culturel en général, dans les problèmes identifiés et les solutions proposées.

Nous revendiquons la filiation d'une approche critique du concept d'industrie culturelle. Derrière le paravent du glamour et de la création, les capitalistes mènent la guerre économique, sociale et écologique sur le terrain des ICC, et utilisent les ICC pour occulter leur besogne : **il est donc fructueux de revenir à une analyse dialectique des industries culturelles pour mener la lutte du point de vue des travailleur-ses, de la création, et des citoyen-nes et de la planète.**

1. Walter Benjamin, *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*, Paris, Petite bibliothèque Payot, 2013 [1936].

2. Theodor Adorno et Max Horkheimer, *La dialectique de la raison*, Paris, Gallimard, Tel, 1974 [1947].

3. Voir https://www.francetvinfo.fr/replay-radio/le-vrai-du-faux/aurelie-filippetti-dit-elle-vrai-sur-le-poidseconomique-de-la-culture_1749145.html

4. Commission européenne, « Livre vert : Libérer le potentiel des industries culturelles et créatives », 2010.

B. LE POIDS DES ICC DANS L'ÉCONOMIE ET DANS LA CULTURE

Les industries culturelles et créatives sont le cœur de l'activité économique de la culture, en France comme dans les autres grandes puissances culturelles. Ainsi, audiovisuel, musique et jeu vidéo regroupent ensemble 29 % des effectifs salariés de la culture (110 000 personnes), et produisent plus d'un tiers de la valeur ajoutée culturelle (14 milliards d'euros) pour 37 milliards de chiffre d'affaires. **Notons que le jeu vidéo dépasse désormais le cinéma en chiffre d'affaires en France comme à l'échelle mondiale**⁵. L'édition et la vente de livres quant à elles représentent plus de 60 000 salariés, presque 5 milliards de valeur ajoutée pour 17,2 milliards de chiffre d'affaires environ⁶. Bien évidemment, les ICC sont centrales dans le fonctionnement de l'intermittence du spectacle, un des piliers de la création en France⁷.

Les ICC sont face à une véritable dualité de leur modèle productif :

- Elles sont – plus nettement encore que d'autres filières culturelles – **solidement insérées dans la production et la consommation physiques : ce sont des industries au sens propre**, utilisant beaucoup de matières premières et d'énergie. Même leur diffusion numérique dépend de supports tout à fait matériels (écrans, serveurs, câbles).
- **L'immatériel, les droits d'auteur-riche y sont le nerf de la guerre** : il s'agit du droit de diffuser et de reproduire le travail intellectuel nécessaire à la conception des œuvres (écriture, composition et interprétation musicales, dessin et animation de jeu vidéo, jeu des acteur-riche-s et mise en scène, conception des décors et des costumes). L'idée, portée par Beaumarchais et consacrée à partir de la Révolution de 1789, est que l'auteur-riche ait la propriété morale de son œuvre pour toujours, et sa propriété matérielle pour toute sa vie – désormais, pour 70 ans après sa mort dans l'UE. **Les droits de propriété intellectuelle dans les ICC sont une énorme machine économique et financière** : pour fixer les ordres de grandeur, la SACEM, principal organisme de gestion collective des droits (OGC) pour la musique, a collecté 1,4 milliard d'euros et distribué un peu plus de 1 milliard d'euros de droits en 2022. Son pendant, la SACD, a collecté 192 millions d'euros de droit dans l'audiovisuel la même année.

Les ICC sont la culture à laquelle accède le plus grand nombre. 94 % des Français regardent la télévision, 81 % écoutent de la musique, 63 % sont allés au cinéma au moins une fois dans l'année, 44 % jouent aux jeux vidéo, tandis que 44 % ont visité un musée, 27 % une bibliothèque, 19 % ont assisté à un festival⁸. **Les ICC sont également un vecteur de diffusion pour les autres acteurs culturels** : avec de la musique enregistrée pour la musique *live* ; une offre culturelle en pleine explosion dans le jeu vidéo (concerts ou visites de musées sur Fortnite par exemple), de l'opéra au cinéma ou des spectacles chorégraphiques en ligne, avec les populaires émissions de télévision sur l'actualité culturelle et le patrimoine ou encore avec les influenceurs « culture » sur les médias sociaux, **les ICC se sont rendues incontournables pour la culture, en général.**

“ Par une de ces réappropriations dont ils ont le secret, le capitalisme contemporain et l'État qui le sert se sont emparés du terme pour éliminer la fonction critique des industries culturelles. ”

5. Le jeu vidéo représente à peu près le double, sur le plan économique, du cinéma et de la musique ensemble. Voir <https://www.accesscreative.ac.uk/blog/is-the-gaming-industry-bigger-than-films-and-music/>

6. Département des études, de la prospective, des statistiques de la documentation du ministère de la Culture, *Chiffres clés de la culture, 2022 (sur données 2019)*.

7. L'audiovisuel représentait par exemple 55 % de la masse salariale et 42 % des heures travaillées en 2018. Voir Pôle Emploi, « Statistiques et indicateurs. L'emploi intermittent dans le spectacle au cours de l'année 2018 », série Statistiques, Études et Évaluations, novembre 2019, #19043.

8. Philippe Lombardo et Loup Wolff, « Cinquante ans de pratiques culturelles en France », Paris, ministère de la Culture, 2020.

Pour toutes ces raisons, **les industries culturelles sont l'« opium du peuple » de notre temps** : elles contribuent largement à fixer et diffuser les représentations collectives, qu'il s'agisse des aspirations, des comportements du quotidien, des stéréotypes de genre et des mœurs sexuelles, des attitudes de consommation, des conceptions métaphysiques ou encore des opinions politiques. Par endroit, on constate même la fusion ICC/religion (avec l'émergence de genres musicaux évangélistes à forte diffusion ou encore de gourous New Age sur les médias sociaux) et ICC/politique. De Reagan à Trump, en passant par Zelensky, la notoriété « culturelle » a précédé les mandats politiques. Et Stéphane Bern n'a-t-il pas plus de pouvoir qu'un-e ministre en matière de patrimoine culturel ?

C'est d'ailleurs pourquoi **les ICC sont au cœur de la diplomatie d'influence ou *soft power* aussi bien du monde occidental que des puissances émergentes** (de la pop coréenne aux séries turques). Les USA réalisent 14,4 milliards de dollars d'export de films par an, soit 7 milliards d'excédent commercial (3 % de l'excédent de leur balance des services). 70 % de leur chiffre d'affaires cinéma est réalisé à l'export⁹. Netflix a réalisé un chiffre d'affaires de 14,9 milliards de dollars en 2023 sur les États-Unis et le Canada, contre plus de 22 Md \$ pour le reste du monde. En 2022, la France a exporté pour près de 404 millions d'euros de films (ventes et préfinancements étrangers)¹⁰ ; le jeu vidéo français réalise 60 % de son chiffre d'affaires à l'export, la musique française un tiers¹¹.

“ Les industries culturelles et créatives contribuent largement à fixer et diffuser les représentations collectives, qu'il s'agisse des aspirations, des comportements du quotidien, des stéréotypes de genre et des mœurs sexuelles, des attitudes de consommation, des conceptions métaphysiques ou encore des opinions politiques. ”

9. Chiffres de la Motion Picture Association of America.

10. Chiffre du CNC.

11. Chiffres clés de la culture 2022.

I - AFFRONTER ET FAIRE RECULER LE CAPITALISME CULTUREL DÉBRIDÉ

En France, l'« exception culturelle » a été mise en place en deux temps (après-guerre face à l'ouverture au cinéma d'Hollywood imposée à la France, et de 1981 à 1994 essentiellement dans le contexte de la libéralisation du commerce international de services¹²), avec le double objectif de **1) garantir une filière nationale de production et de diffusion des ICC et 2) limiter le rôle du marché dans la création et la circulation des œuvres de l'esprit**. L'exception culturelle prend plusieurs formes :

- Encadrement des prix, avec en particulier la loi « Lang » sur le prix unique du livre ;
- Soutien à la filière française par son « aval » (la diffusion, c'est-à-dire la consommation au détail) à la fois physique (une taxe sur *tous* les billets de cinéma, films d'Hollywood compris, finance la production et la distribution des films français et les salles de cinéma) et sur les écrans (obligation de financement de films et de séries pour les diffuseurs : les chaînes de télé et, désormais, les plateformes de vidéo à la demande : Netflix, Amazon Prime, Disney+...). Ce système dont le CNC est la clé de voûte (avec un budget annuel de plus de 700 M€) pour le cinéma et la télévision, est en partie répliqué dans le monde de la musique enregistrée, avec notamment la « taxe streaming » gérée par le CNM et mise en place en 2024 – étant entendu que la diffusion du spectacle vivant musical est soutenue de longue date par le ministère de la Culture au travers du financement des salles « labellisées » ;
- Encadrement de la programmation : quotas de diffusion d'œuvres audiovisuelles à la télévision, et musicales à la radio, basés sur différents critères de diversité (nationalité, langue française, « jeunes talents », etc.) ;
- TVA à taux réduit (livre, ticket de cinéma, presse) et autofinancement par l'impôt (la taxe sur le billet de cinéma, taxe streaming donc), géré par la profession et dont le CNC et le CNM se veulent l'émanation ;
- Crédit d'impôt jeu vidéo, rendant les dépenses de production en partie déductibles.

L'exception culturelle organise ainsi une forme de gestion corporatiste des filières des ICC par l'État avec le patronat de chacune d'entre elles. Or ce système d'exception culturelle tourne aujourd'hui à vide. Dans le champ économique, il profite à une poignée de grands capitalistes ; dans le champ culturel (comme on le verra dans la partie II), il contribue à une uniformisation des contenus.

“ L'exception culturelle organise ainsi une forme de cogestion corporatiste des filières des industries culturelles et créatives par l'État avec le patronat de chacune d'entre elles. ”

12. On l'a un peu perdu de vue, Jack Lang a été le fer de lance d'une résistance au tout-marché en matière culturelle, surtout face à l'hégémonie culturelle étatsunienne. Il déclarait ainsi dans son célèbre discours à la conférence Mondiacult au Mexique, en 1982 : « La création culturelle et artistique [...] est victime aujourd'hui d'un système de domination financière multinationale contre lequel il faut aujourd'hui s'organiser. »

A. BORNER LES DYNAMIQUES CAPITALISTES DE CONCENTRATION ET DE FINANCIARISATION

La concentration spontanée de la production, de la distribution et de la diffusion des ICC est connue et documentée. Elle découle des moyens financiers importants à mobiliser, avec un risque de fonctionner à fonds perdu (*sunk costs*) dans une industrie de prototypes, de biens d'expériences (voir encadré ci-après)¹³ : cette concentration a justifié depuis l'après-guerre la création de nombreux garde-fous réglementaires, dont l'exception culturelle est le cœur de réacteur.

Reste que le phénomène de concentration s'est accentué sur la vingtaine d'années écoulées, avec les bouleversements induits par les révolutions numériques successives qui modifient les rapports de forces tout au long de la chaîne de valeur, par la recherche de l'intégration verticale, par la complexité juridique croissante et la recherche d'acteurs de taille critique secrétés par le capitalisme culturel international¹⁴, enfin dans un contexte de mollesse de l'action anti-trust française et européenne. **Or plus les firmes culturelles sont grosses et mondialisées, plus il faut repenser nos règles nationales et européennes.**

On verra dans les parties suivantes en quoi cette concentration pèse sur les impacts écologiques des ICC, érode l'émergence de la nouveauté et d'une plus grande diversité de l'offre, et entrave l'accès à la variété de ce qui existe. Il est donc nécessaire de faire le bilan du phénomène, et de proposer des solutions pour y remédier.

CONCENTRATION DANS LA PRODUCTION

Pour la musique enregistrée, **les trois « majors » Universal (premier actionnaire : Bolloré), Warner et Sony** ont représenté 70 % de la production et donc des dépôts (au titre du dépôt légal) en France en 2018, « contre un peu plus de la moitié trois ans plus tôt », et 42 % pour la seule Warner¹⁵.

Le même mouvement est en cours dans la production télé : l'ARCOM décrit même une remise en cause rampante du modèle mis en place dans les années 1980¹⁶. Ainsi, si la réglementation continue en théorie d'assurer que les éditeurs de programmes pour la télé demeurent juridiquement « indépendants » (des groupes télé ou des plateformes) ils sont de plus en plus concentrés, et de dimensions européennes, voire mondiales. Parmi les plus connus, on peut citer dans les émissions de « flux » Banijay (qui produit *The Voice*, *Koh-Lanta*, *Fort Boyard*, *Touche pas à mon poste*, les émissions de Nagui). Ce groupe est la propriété de Stéphane Courbit et Vivendi (Bolloré), au côté notamment de Nagui, Hanouna, de Agostini... et innerve l'ensemble des chaînes, au-delà de celles de Bolloré. Il produit 2 600 heures d'émissions de flux annuelles, deux fois la production d'émissions par France Télévisions Productions, ou de son premier concurrent indépendant, lui aussi devenu énorme, Mediawan.

“ La concentration spontanée de la production, de la distribution et de la diffusion des industries culturelles et créatives est connue et documentée. Elle découle des moyens financiers importants à mobiliser. ”

13. Philippe Chantepie, « Révolution(s) numérique(s) des industries culturelles », *Réalités industrielles*, novembre 2010.

14. ARCOM, « *Étude sur le tissu économique du secteur de la production audiovisuelle* », 6^e édition, 2022.

15. Ministère de la Culture, « *Chiffres clés statistiques de la culture et de la communication 2020* », chapitre 7, 2020.

16. *Op. cit.* Ce modèle reposait sur un tissu diversifié de nombreux producteurs indépendants qui « limitait le recours à l'achat de programmes américains ». « À partir de la fin des années 2000 et du début des années 2010, un mouvement de concentration s'est engagé... [il] s'est accéléré dans un contexte d'accroissement des offres de services audiovisuels et de concurrence accrue entre éditeurs traditionnels de la télévision et éditeurs de vidéo à la demande par abonnement, pour partie étrangers. »

Le cas Stéphane Courbit

Stéphane Courbit est devenu un des géants de la production audiovisuelle, mais pas que. Il a connu une carrière exponentielle, un peu sur le modèle de Bernard Arnault : s'associer pour grimper dans une cascade de holdings toujours plus longues, flouer certains partenaires si l'occasion se présente, racheter de plus en plus gros. Il est aujourd'hui 54^e fortune de France au classement Challenges.

Il devient, très jeune, l'associé de Christophe Dechavanne, avec qui il produit « Combien ça coûte », puis se fâche. Il s'associe ensuite à Arthur pour produire par exemple « Les enfants de la télé ». Ils revendent la moitié de leur boîte de production au géant hollandais montant, Endemol, qui implante au tournant du millénaire la télé-réalité en France avec « Loft Story » ou encore « Star Academy ». Courbit quitte l'entreprise en 2007 et bataille avec succès contre Endemol sur le prix de revente : 200 millions à la clé. Il crée alors sa propre holding, LOV, qui va faire plusieurs nouveaux coups, plus ou moins ragoûtants : investissement de 143 millions d'euros de Liliane Bettencourt, époque maladie d'Alzheimer ; rachat par son bras télé Banijay de sociétés de production bien implantées, celles de Naguy, d'Alexia Laroche-Joubert ou de Cyril Hanouna, puis Zodiak (qui réalise « Fort Boyard », « Koh Lanta », ou encore la série « Versailles »). Il a racheté en 2020 son ancien associé Endemol, deuxième producteur télé mondial, avec comme co-investisseurs tout le petit monde des milliardaires français des industries culturelles : Bernard Arnault, Marc Ladreit de Lacharrière, et les Bolloré.

Trois illustrations de méthodes hors-la-loi qui n'ont pas entaché l'admiration d'Alain Minc, son associé en affaires. Adeptes de la discrétion, Courbit n'a pas déposé des années durant les comptes de ses sociétés. Il a aussi compris les bénéfices croisés à tirer du mariage de son pouvoir culturel et d'autres activités connexes : l'hôtellerie-restauration chic (actionnaire par exemple des pizzerias parisiennes branchées Big Mamma, il vient d'être condamné à cinq millions d'amende pour la construction illégale de chalets à Courchevel) et les jeux d'argent, dont la promotion passe par les médias et les stars populaires. Courbit est en effet l'actionnaire de Betclix, dont un récent « Cash Investigation » montrait qu'il cultive l'addiction des plus gros joueurs et qu'il rétribue grassement Nicolas Sarkozy – l'ami de Stéphane Courbit qui a ouvert le jeu à la concurrence en France durant sa présidence – pour faire de même dans plusieurs pays africains.

Ce dernier groupe, qui est la propriété de Xavier Niel, occupe de loin la première place dans la fiction avec 110 heures annuelles (« HPI », « Joséphine Ange Gardien », « 10 pour cent », « Alice Nevers »), trois fois le volume de ses concurrents immédiats. Bref, comme on le constate à la lecture du même rapport de l'ARCOM sur la production audiovisuelle en France : la France regarde la télé produite (et voulue ?) par quelques oligarques, quand la production audiovisuelle britannique est dominée par les grandes chaînes (en particulier les deux grands groupes publics, BBC et Channel 4). En parallèle, l'ARCOM note la financiarisation progressive de l'actionnariat des sociétés de production, par exemple celui de Mediawan. **Cette évolution n'est pas inéluctable, le Royaume-Uni montre par exemple une image inverse** (voir encadré ci-après).

L'audiovisuel au Royaume-Uni

Au Royaume-Uni, les chaînes audiovisuelles publiques sont puissantes. Au côté de la BBC, financée par une redevance beaucoup plus importante que feu son équivalent français, on trouve Channel 4 (S4C au Pays de Galles), chaîne publique sans financement public (avec de la publicité et la vente à l'étranger des droits de ses productions). Ces chaînes publiques font l'essentiel de la commande de production pour la télé (86 % des commandes en 2021) et sont des acteurs majeurs de production via leurs studios in-house (à peu près la moitié), avec à leur côté un secteur privé très diversifié, nettement moins dominé qu'en France par des gros producteurs privés de type Banijay¹.

Bref, là où la concentration spontanée de l'audiovisuel français (l'« oligopole à franges » de la théorie économique, quelques gros producteurs et une masse de plus petits) a été centrée par nos choix réglementaires sur quelques acteurs privés, il a un noyau public efficace au Royaume-Uni, avec une excellente qualité et une grande diversité de la production, et une forte capacité d'export.

1. O&O pour OFCOM, « [Understanding the UK's TV production sector](#) », août 2023.

Dans la production de films, l'« exception culturelle » organise la concentration du financement autour d'un mastodonte privé, Canal+ (Bolloré), au travers de l'obligation réglementaire de financement¹⁷. Ainsi, en 2022, Canal+ et les autres diffuseurs payants (autres chaînes à péage et plateformes) ont financé 170 M€ des 1,182 milliard € investis dans les films agréés. Ensemble, ils ont financé 152 des 287 films agréés par le CNC, et les chaînes gratuites 91 films pour 111 M€ (TF1 représente un quart de ce montant, M6 12 %, France 2 et France 3 ensembles, 51 %, et Arte 3,6 %).

La même concentration de la production a cours dans le jeu vidéo¹⁸, mais sans acteur français ou même européen important : seuls trois éditeurs dépassent 25 milliards d'euros de chiffre d'affaires (le japonais Sony, le chinois Tencent et l'américain Microsoft) et cinq les 10 milliards (avec le japonais Nintendo et le chinois NetEase). Le premier français, Ubisoft, est 21^e, avec moins de deux milliards de chiffre d'affaires. On constate une frénésie de fusions-acquisitions dans le secteur – 400 en 2021 pour un total de 36 milliards de dollars¹⁹ – sur le modèle des autres ICC avec des gros studios qui rachètent les petits studios, dans lesquels ont incubé talents et idées. À noter le rachat d'Activision Blizzard (« Call of Duty », « Guitar Hero », « World of Warcraft ») par Microsoft (qui vend la Xbox et édite, par exemple, « CandyCrush »).

17. En contrepartie du droit à une fenêtre de diffusion des films qu'il coproduit plus précoce que les autres chaînes de télé, Canal+ a une obligation de financement plus importante qu'elles : 16 % de son chiffre d'affaires.

18. Voir https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_largest_video_game_publishers_by_revenue

19. EY, « [Gaming Industry Survey 2022 – What's possible for the gaming industry in the next dimension?](#) », 2022.

CONCENTRATION DANS LA DISTRIBUTION

Un exemple est parlant : celui de la distribution de livres. Le secteur – complexe et capitalistique – est dominé par deux acteurs très puissants aussi dans l'édition et la vente, Hachette Distribution Services (Vivendi = Bolloré) et Interforum (Editis, Daniel Kretinsky désormais). En clair : **tout-tes les éditeur-trice-s et les libraires, même leurs concurrent-e-s, doivent passer par ces deux-là pour la distribution.** Ce pouvoir de marché est important pour la détermination des prix de distribution, mais aussi pour contrôler l'information et le réassort : les éditeur-trice-s, à fortiori les auteur-trice-s n'ont pas la vision en temps réel des ventes ; les libraires n'ont pas la maîtrise de leur approvisionnement.

CONCENTRATION DANS LA DIFFUSION

Prenons là aussi un exemple, celui des « musiques actuelles » (rock, pop, musiques électroniques, etc.) : Fimalac, la holding personnel de Marc Ladreit de Lacharrière « en exploitant 24 salles de grande capacité, dont 5 en cogestion ou en participation minoritaire [...] contrôle près de 75 % des 32 salles françaises de plus de 2 000 places²⁰. » Ainsi, dans ce segment d'activité, coexistent là encore un acteur privé dominant qui programme les plus gros concerts et un nombre important de salles moyennes ou petites, indépendantes, souvent labellisées (c'est-à-dire associatives ou privées, et dépendantes de la subvention de l'État).

Dans le même ordre d'idée, **l'État a fait le constat²¹ d'une concentration progressive des plus grands festivals entre les mains de six groupes** (Live Nation, LNEI, AEG, Sony, Vivendi/Bolloré et Morgane) : ils représentent presque un quart des recettes au plan national, et les deux tiers en Île-de-France.

La concentration est également très avancée dans la diffusion de films, avec trois grands réseaux (Pathé Gaumont, UGC, CGR), qui dominent le paysage et l'ont façonné sur la période récente, avec les multiplexes et la carte illimitée.

La diffusion du jeu vidéo est également confrontée à une forte concentration, notamment celle des GAFAM, sur les différents canaux : le principal canal est celui des terminaux mobiles (avec la domination des boutiques Google et Apple), désormais loin devant²² les PC et consoles (ces dernières vendues par les principaux éditeurs, soit une forte intégration verticale), et avec l'émergence du jeu en nuage (en voie de concentration, pour l'heure autour de la société informatique étatsunienne Nvidia, de Microsoft et de Google²³).

Pour les autres ICC, les plateformes numériques présentent aussi une concentration très forte, et ont acquis en France un rôle majeur en même pas 20 ans.

- Dans la musique, le marché – plus de 500 M€ annuels – est dominé par Spotify (37 %) ²⁴, Deezer²⁵ (28 %), Apple Music (16 %), Amazon (9 %) et YouTube (groupe Meta, 9 %).
- Dans la télévision à la demande, Netflix comptait 11 millions d'abonnés en France en 2022, Amazon 7 millions, Disney+ 4 millions, sur un marché de 1,7 milliard d'euros²⁶, loin devant MyCanal (Bolloré), et Salto (TF1 et France Télé) qui existait à l'époque. Cette concentration des consommateurs produit un cercle vicieux sur l'offre, du point de vue de l'exception culturelle : les plateformes américaines, avec plus d'abonnés, ont une offre beaucoup plus profonde (mais aussi beaucoup plus pauvre en œuvres françaises) que les plateformes françaises.

20. Matthieu Barreira, « Les musiques actuelles peuvent-elles échapper à la dépendance des grands groupes privés ? », *Nectart*, 11 (2), 2020.

21. Direction générale de la création artistique du ministère de la Culture, « Étude exploratoire – Présence et stratégies d'intégration des groupes d'entreprises dans le secteur des festivals de musiques actuelles entre 2009 et 2017 », 2020.

22. EY, *op. cit.*

23. Mordor Intelligence, « Analyse de la taille et de la part du marché du jeu en cloud – Tendances de croissance et prévisions (2024 - 2029) ».

24. Propriété de ses deux fondateurs et, actionnaire minoritaire, du chinois Tencent (également présent au capital de l'éditeur de jeu vidéo Ubisoft).

25. Propriété de Access Industries (Len Blavatnik), comme Warner Music Group.

26. CNC, « Observatoire de la vidéo à la demande », janvier 2023.

L'Union européenne a pris un important paquet législatif pour encadrer le commerce en ligne, y compris les plateformes. Le règlement sur les marchés numériques (DMA) encadre le pouvoir conféré aux GAFAM et à TikTok par leur place dominante, le règlement sur les services numériques (DSA) entend lutter contre la vente en ligne de ce qui est illégal dans le monde physique²⁷. **Reste qu'historiquement, on a agi trop peu, trop tard contre les mastodontes numériques :** Microsoft reste le leader absolu pour les logiciels bureautiques, et Google pour la recherche en ligne, la Commission ayant surtout pleuré sur le lait renversé par la « main invisible du marché ». À titre d'exemple, Spotify et Deezer, comme Netflix ou Disney+, sont en dessous des radars du DMA.

INTÉGRATION VERTICALE ET CONCENTRATION SUR DES NICHES

Cette concentration, segment par segment (production, distribution, diffusion), ICC par ICC, se double d'une intégration à la fois « verticale » (toute la chaîne du livre, par exemple) et « horizontale » (dans plusieurs industries culturelles).

On parlera dans la deuxième partie des effets néfastes de l'intégration verticale et de la concentration très forte du cinéma sur la diversité des films produits, puis visibles sur les écrans.

Parmi les acteurs intégrés sur la chaîne production/distribution/diffusion, comme Sony, Matthieu Pigasse (Les Nouvelles Éditions indépendantes), Daniel Kretinsky ou Marc Ladreit de Lacharrière (Fimalac), **arrêtons-nous sur la famille Bolloré.** Si toute la gauche, et au-delà, conteste sa domination préoccupante dans les médias, sa place dans les ICC (voir encadré ci-après), a suscité moins de commentaires et une alarme éphémère. Une fois passée la réorganisation des activités d'édition (avec la revente d'Editis à Kretinsky), l'intérêt pour la fusion Bolloré/Lagardère est retombé, alors qu'il commence à produire ses effets avec le renforcement de l'offre littéraire d'extrême droite. Reste que, comme dans les médias, **au côté de quelques puissants acteurs internationaux (surtout étatsuniens), les ICC françaises sont un « jeu des sept familles », toutes milliardaires.**

Cette intégration entre plusieurs ICC donne une puissance promotionnelle énorme, permet la valorisation croisée des catalogues et des talents. Ainsi, la diffusion de la parodie musicale particulièrement lourde de Patrick Sébastien par Cartman, « Quand il pète, il trouve son slip », dans l'émission télé d'Hanouna (déjà) en 2013, lui a permis de passer devant le tube mondial « Get Lucky » des Daft Punk dans les ventes en France.

Également passé sous les radars : le rôle discret d'opérateurs particulièrement puissants sur certaines activités de niches, mais crucial. On peut citer, par exemple, les agences de talents dans le cinéma²⁸.

“ Pigasse, Kretinsky, Ladreit de Lacharrière, Lagardère, Bolloré : à côté de quelques puissants acteurs internationaux (surtout étatsuniens), les industries culturelles et créatives françaises sont un « jeu des sept familles », toutes milliardaires. ”

27. Voir <https://www.vie-publique.fr/eclairage/285115-dsa-le-reglement-sur-les-services-numeriques-ou-digital-services-act>

28. « Ce qui est très particulier dans le cinéma français, c'est que 80 % des acteur·rices 'bankable', comme on dit, sont représenté·es par trois ou quatre agences dominant le métier. Ce problème est rarement soulevé, mais cela génère forcément des conflits d'intérêts, qui font que les gens ne parlent pas toujours. » Tessier décrit ce qu'on appelle dans le milieu des « films d'agence », quand un·e agent·e place plusieurs de ses poulains sur un même projet. » Olivier Joyard, « La fabrique de l'omerta dans le cinéma français », *Les Inrockuptibles*, 27 mars 2024.

Le groupe Bolloré dans les industries culturelles et créatives

	Production / Édition	Distribution	Diffusion	
Livre	Hachette Livre (Grasset, Fayard, Le Livre de Poche, Hatier, Stock, JC Lattès, Larousse, Armand Colin, etc.)	Hachette Distribution Services	Relay	
Télé	Banijay		Canal+, CNews, C8	Daily Motion
Cinéma	Studio Canal		Canal Olympia (en Afrique)	
Musique enregistrée	Universal Music Group		Europe 2, RFM	
Musique live	Olympia-Production	SeeTickets	Festivals (Garorock) Salles (Olympia, Théâtre de L'Œuvre)	
Jeu vidéo	Gameloft			

PROPOSITIONS CONTRE LA CONCENTRATION DANS LES ICC

1. Appliquer dans les ICC les règles générales (renforcées) contre la prédation et la domination des grands groupes capitalistes

- . Impôt universel et beaucoup plus progressif sur les revenus des personnes et des entreprises, pour mettre un terme à l'évasion fiscale qui donne un avantage concurrentiel indu aux multinationales.
- . Lutter contre l'optimisation fiscale sur la cession et les successions de droits d'auteur-riche²⁹.
- . Renforcement des objectifs anti-concentration de l'Autorité de la concurrence, et de ses moyens de contrôle : des seuils de concentration plus bas pour les ICC, compte tenu de leur caractère vital pour la démocratie et le droit constitutionnel à la culture.

2. Limiter dans les règles propres aux ICC la concentration et la place des groupes non européens

- . Dans l'immédiat, mise à profit de la réattribution de fréquences par l'ARCOM pour desserrer l'emprise du groupe Bolloré et durcir l'analyse des risques de concentration.
- . Renforcement des obligations contrôlées par l'ARCOM ainsi que les Médiateurs du livre, du Cinéma et de la musique (obligations de diversité et de qualité des contenus, non-concentration, maîtrise des antennes), et de leurs moyens d'enquête et de sanctions.
- . Mise à l'étude du rapprochement des trois médiateurs, compte tenu des enjeux communs à plusieurs ICC.

3. Encourager la propriété non lucrative dans la production, la distribution, la diffusion

- . Renforcement des chaînes non commerciales parmi les fréquences télé : le service public audiovisuel (en lui attribuant une recette pérenne et suffisante), les canaux télé privés non lucratifs en assurant leur financement par exemple via la Caisse des dépôts et une priorité dans les attributions de l'ARCOM.
- . Consolidation du studio *in-house* de production de fiction de France Télévisions, pour le mettre au centre de l'offre de fiction du service public vis-à-vis des productions achetées par la chaîne, et donner à celle-ci plus d'autonomie dans ses choix éditoriaux.
- . Priorité du soutien public (subventions, aides fiscales, prêts et garanties bancaires) vers les structures sans but lucratif (coopératives, associations) de production et de diffusion.
- . Mise à l'étude de la création de coopératives de distribution du livre et du cinéma, garanties et soutenues par la puissance publique, minimisant le poids des « gros » dans leur gestion.
- . Possibilité de payer ses droits de succession sous forme d'une « dation de droits d'auteur-riche », venant alimenter la médiathèque publique en ligne (voir proposition 17) sur le modèle de la dation d'œuvres d'art créée par Malraux.
- . Formation et incubation des entrepreneur·ses culturel·les centrées sur la construction de tels modèles, plutôt que des business plans axés sur la rentabilité marchande.

4. Malraux, Lang, Tasca et Toubon pour le jeu vidéo : prendre au sérieux la première industrie culturelle et y déployer toute la gamme de l'exception culturelle

- . Mettre en place un Centre national du jeu vidéo, distinct du CNC
- . Instituer une taxe sur l'aval (téléchargement de jeux sur les mobiles ; consoles ; cloud) qui finance l'amont (production et les canaux de diffusion hors des grandes plateformes) en France sous l'égide du CNJV, dans une perspective de qualité et de diversité des formats et des narrations dans le jeu vidéo.

29. Voir par exemple, l'intéressant montage luxembourgeois qui a permis à Aznavour de léguer ses droits d'auteur à ses enfants, sans qu'ils soient soumis à la fiscalité des successions : Marc Fourny, « Aznavour et son héritage : "Je ne veux pas qu'on se batte pour une cuillère" », *Le Point*, 4 octobre 2018.

B. ASSUMER LA BIFURCATION ÉCOLOGIQUE DANS LES ICC

Les impacts écologiques des ICC sont de mieux en mieux documentés. Globalement, la culture représente notamment 2 % des émissions de gaz à effet de serre (GES) des Français-es. Le Shift Project a publié un important rapport détaillant les différents impacts, aux différents niveaux de la chaîne de production et de distribution³⁰. Les ICC sont bien des industries, avec une empreinte matérielle forte (le papier pour le livre, mais aussi le béton des salles, l'eau et la viande consommées dans les festivals, etc.) et un processus de production internationalisé (par exemple le bois vient d'Australie, est transformé en papier puis en livre en Chine, puis amené en Europe) et beaucoup moins décarboné qu'en France.

Les ICC sont aussi une cause significative de production de déchets – et comme toutes les industries elles cherchent à minorer leurs responsabilités et leurs efforts. À titre d'exemple, le livre est le seul acteur majeur de la filière papier exempté de la contribution au recyclage (la « responsabilité élargie du producteur »).

Il faut ajouter deux facteurs d'impacts écologiques : les transports (les loisirs, dont les industries culturelles sont le cœur, sont le troisième motif de mobilité) **et le numérique.** Pour ce dernier, les ICC, pornographie comprise, sont d'assez loin les premières parmi les usages du numérique (les trois quarts des usages, estimait le Shift Project), et pèsent dans la dynamique exponentielle de l'offre et de la demande de numérique. Alors que les émissions de GES refluent globalement en France, elles explosent pour le numérique à tous les niveaux (plus de serveurs y compris pour le métavers et l'intelligence artificielle, plus de câbles, et surtout plus de terminaux). En outre, avec un temps d'attention en chute libre et une succession très artificielle d'« innovations », **les contenus culturels et leurs supports sont frappés par une obsolescence accélérée, synonyme de besoins sans fin en matériaux et en énergie, et de montagne de déchets.**

Beaucoup d'analystes décrivent depuis les années 2000 une véritable crise de surproduction des ICC, qui touche aussi bien l'offre éditoriale de livres que la production de films ou d'événements musicaux. Il y aurait même une dynamique inéluctable de surproduction dans les industries culturelles, solvabilisée par les financements d'« exception culturelle » et justifiée par le fait qu'elles sont des industries de prototype (voir encadré ci-dessous).

Des industries de prototype

Deux films avec la même actrice ou par la même réalisatrice, deux livres de la même autrice seront pourtant différents. Chacun peut être un chef-d'œuvre ou un raté total. Chacun peut, d'autre part, bien marcher auprès du public ou pas. On parle, pour décrire les marchés culturels, de « comètes à longue traîne » : peu de blockbusters, un grand nombre de produits avec un public plus restreint (mais qui, agrégé, peut peser *néanmoins*).

Bref, il n'y a pas de recette à répéter dans les ICC. Il faut tenter beaucoup pour réussir parfois. Mais réussir quoi ? Faire des profits, ou faire de bons films, de bons livres ou de bonnes chansons ? L'exception culturelle reposait sur une ambiguïté, en visant les deux : du cinéma (par exemple) qui rapporte et s'exporte, mais aussi tente, invente et surprend¹.

1. Voir les débats autour du rapport de Vincent Maraval en 2012 sur le financement du cinéma, qui trouvent un écho ici : « [Controverse super size it : l'opulence du financement du cinéma français](#) ».

30. The Shift Project, « [Décarbonons la culture !](#) », novembre 2021.

Alors que 6 des 9 limites planétaires sont dépassées et que les journées s'obstinent à ne compter que 24 heures, le nombre de livres publiés a augmenté de 60 % en 30 ans. Même constat dans la musique ou l'offre audiovisuelle. L'État contribue lui-même à la fuite en avant, avec par exemple le financement par le CNC de studios de cinéma, dans le cadre de France 2030, avec l'ambition de « doubler » le volume de production.

Les ICC illustrent bien la concentration des impacts écologiques, **une loi des 80/20 des impacts écologiques de la culture**. Deux exemples :

- La star pop Taylor Swift est ainsi dans le peloton de tête pour les émissions de GES pour une seule personne : 8 300 t par an³¹, soit 1 800 fois plus qu'un·e humain·e moyen·ne, 4 000 fois la cible pour que nous atteignions collectivement la neutralité carbone.
- Le Shift Project parle de véritable « course de l'armement », de gigantisme sur les jauges de festivals. Or les impacts ne sont pas linéaires : un très gros festival est beaucoup plus polluant par festivalier·e du fait des moyens techniques déployés et des modes de transport des têtes d'affiche et du public. Le même rapport montrait que passer d'un festival de 280 000 personnes à 10 festivals de 28 000, divisait les émissions de carbone par trois.

À ce stade, l'État a fait le choix d'encourager les démarches volontaires de progrès, les « bonnes pratiques ». Le CNC a mis en place une obligation déclarative (pour obtenir son financement, les tournages de séries et de films, et prochainement la production numérique, doivent fournir des bilans carbone *ex ante* et *ex post*). Une norme AFNOR vient d'être présentée au Festival de Cannes 2024 avec l'appui du CNC pour des tournages écoresponsables, dans la perspective de conditionner à terme les aides du Centre³², mais elle reste peu exigeante. Il y a un paradoxe : **si les ICC sont des industries, alors comme pour l'automobile ou le BTP, ce sont des obligations « en dur » et non les promesses vagues qui feront baisser les émissions de GES**. Des normes de même nature restent à inventer dans les régimes d'aides pour les autres ICC.

Enfin, comme le rappelle régulièrement l'ADEME aussi bien que les écologistes conséquent·es, **les ICC ont une responsabilité première dans la diffusion actuelle d'un modèle de société, celui qui domine : consommer au mépris des limites planétaires**. Elles doivent donc devenir les vecteurs de contre-récits, d'un futur plus frugal et donc plus désirable qu'un présent où James Bond détruit pour 32 millions d'euros, sept Aston Martin, en un tournage (le film a une longue tradition de sponsoring de marques de voitures) ; où le film « Barbie » (porté par Mattel) fait augmenter les ventes de poupées en plastique de 20 %³³ et promeut le changement de vêtements toutes les cinq minutes. Des récits fictionnels alternatifs existent déjà, et doivent être plus et mieux encouragés.

“ Plutôt que James Bond détruisant des Aston Martin ou Barbie (Mattel) qui promeut le changement de vêtements toutes les cinq minutes, des récits fictionnels alternatifs existent déjà, et doivent être plus et mieux encouragés. ”

31. Voir le compte @CelebrityJets sur X, ex-Twitter.

32. Voir <https://www.lesechos.fr/tech-medias/medias/environnement-le-cnc-lance-une-norme-de-production-responsable-2095756>

33. 20 % de Barbie de plus, ça fait 2 000 tonnes de plastique, et près de 8 000 t CO2 eq. dans l'atmosphère. RTBF, « Quelle est l'empreinte carbone de Barbie ? », 4 août 2023.

PROPOSITIONS POUR FAIRE LA BIFURCATION ÉCOLOGIQUE DES ICC

5. Mettre en place une écoconditionnalité de résultat sur les financements publics

- . Transformation de l'obligation de mesure en obligation de résultat (faire baisser les émissions de carbone, en ligne avec les Accords de Paris) dans les financements des tournages par le CNC.
- . Mise en place de conditions analogues pour les autres systèmes de subventions (Centre national de la musique, salles de cinéma, distribution et vente de livres).

6. Fixer des éco-obligations réglementaires aux ICC

- . Plafond de bilan carbone et de déchets pour les grands événements de musique *live* (salles de concert type zénith, grands festivals).
- . Intégration du livre dans la filière de recyclage (REP) du papier, en contrepartie d'une rémunération des auteur·rices et éditeur·rices sur les vente d'occasion de livres (comme c'est le cas en matière de revente d'œuvres d'art par exemple).
- . Plafonnement voire interdiction du sponsoring de biens culturels par des activités polluantes ou fortement émettrices de GES ; compléter les interdictions de publicité prévues par la loi de 2023 sur les influenceur·ses.

7. Limiter l'impact carbone lié à la consommation culturelle numérique

- . Interdictions en matière d'obsolescence programmée.
- . Refus du passage aux futurs formats numériques dont l'impact environnemental est disproportionné aux bénéfices d'usage nouveaux.
- . Adaptation du format de diffusion numérique au format de consommation : interdiction de la consommation de musique sous un format vidéo sur YouTube³⁴, adaptation automatique du format vidéo à la taille de l'écran.

C. REFUSER L'UBÉRISATION DE LA PRODUCTION CULTURELLE

Le monde culturel reste traversé par le hors-la-loi et les rapports de forces très inégaux entre production et talents notamment émergents. L'ampleur des violences et du harcèlement sexistes et sexuels sur le lieu de travail qu'est un plateau de tournage est l'expression crue de cette domination ; elles sortent seulement maintenant pleinement du long silence complice de la « grande famille du cinéma ». À la suite de la première vague du mouvement « Me Too » en France, des obligations de formation contre les VHSS ont été mises en place par l'État. Les révélations et mobilisations, début 2024, notamment autour de Judith Godrèche, montrent que beaucoup reste pourtant à faire.

D'autres formes de ces rapports de domination existent, comme **l'application très inégale du droit du travail**, qu'il s'agisse de la sécurité au travail, des temps de repos, de la rémunération (« travail gratuit » exigé pour accéder à la visibilité), de l'abus du système d'intermittence pourtant bâtis en faveur des travailleur·ses du cinéma, de l'audiovisuel et du spectacle (persistance de la « permittance », y compris dans l'audiovisuel public). **L'intermittence du spectacle est d'ailleurs régulièrement contestée par le patronat et les gouvernements qu'il inspire** : la prochaine réforme de la convention UNEDIC devra donc être surveillée de près. Il est crucial de préserver ce système certes perfectible, mais irremplaçable, qui stabilise les professionnel·les du spectacle dans l'emploi culturel.

34. YouTube représente 14 % du streaming musical en France en 2022, avec des impacts écologiques démultipliés par rapport aux plateformes audios du fait du format d'écoute qui associe une image vidéo de façon superflue (pour pouvoir passer des pubs). On peut imaginer d'imposer que le format de YouTube soit purement audio pour ses contenus purement audios.

Dans le jeu vidéo, la situation n'est guère satisfaisante. Les salarié·es d'Ubisoft se sont récemment mis·es en grève, dénonçant des salaires « 10 à 20 % inférieurs à ce que les employés pourraient toucher avec ce genre de niveau de diplôme dans d'autres industries³⁵ ». L'entreprise défraie par ailleurs la chronique judiciaire pour des faits de harcèlement moral et sexuel dénoncés en 2020³⁶.

S'agissant des seuls artistes et auteur·rices, le rapport Racine de 2020³⁷ a dressé un bilan très sombre de la fragilité durable de leurs conditions de travail, encore accrue dans la période récente. Force est de constater qu'il n'a été suivi d'aucune réforme d'ampleur depuis qu'il a été remis au gouvernement Macron. Il relevait en particulier le besoin de renforcer la représentation collective des auteur·rices, d'améliorer et de faciliter l'accès à un vrai régime de protection sociale, de mieux documenter leurs conditions sociales.

Dans la même veine, **la mobilisation se renforce sur le plan européen pour la création d'un statut d'artiste-auteur,** qui vise l'accès à la protection sociale, une rémunération minimale, la représentation collective et l'encadrement de l'IA³⁸.

On doit insister ici sur le fait que **les droits d'auteur :**

- **Vont moins aux auteur·rices qu'aux producteurs :** emblématiques de cette situation aberrante, les scénaristes et dessinateur·rices de BD doivent se partager 8 à 12 % du prix de vente, 2 euros pour un album de 20 euros, pour un an de travail. 36 % des auteur·rices du secteur étaient sous le seuil de pauvreté en 2017³⁹. Une récente étude patronale dans l'édition a tordu les chiffres pour donner à penser que les auteur·rices touchaient plus que les éditeurs (en intégrant dans le calcul les coûts supportés par ces derniers, mais pas par les créateur·rices), ce qui a fortement irrité.
- **Sont une source très inégalitaire de revenus :** pour la SACEM, 672 personnes touchaient 131 M€, la moitié des droits répartis en 2016, quand 92 % des sociétaires (presque 48 000) ont touché 42 M€ de droits⁴⁰. Cette inégalité pointe vers un succès commercial inégal, dont on verra dans la partie II qu'il ne découle pas seulement d'un talent inégal. En elle-même, cette inégalité appelle une taxation beaucoup plus complète et progressive des revenus (voir I.A).

On verra également en partie II.C comment, et combien, ces phénomènes se reproduisent dans la sphère numérique.

“ Le rapport Racine de 2020 relevait le besoin de renforcer la représentation collective des auteur·rices, d'améliorer et de faciliter l'accès à un vrai régime de protection sociale, de mieux documenter leurs conditions sociales. ”

35. Le Courrier Picard, « Des salariés en grève chez Ubisoft, le géant du jeu vidéo », 14 février 2024.

36. Le Parisien, « Harcèlement moral et sexuel chez Ubisoft : cinq anciens cadres placés en garde à vue », 4 octobre 2023.

37. Bruno Racine, « L'auteur et l'acte de création », janvier 2020.

38. Une pétition a recueilli plus de 10 000 signatures à l'appui de la résolution 2023/2051(INL) du Parlement européen sur le statut d'artiste-auteur.

39. Marjorie Lafon, « Auteurs de BD : "Si je ne conclus pas un contrat ce mois-ci, je n'ai plus rien sur mon compte" », *Libération*, 11 juillet 2019.

40. Commission de contrôle des organismes de gestion des droits d'auteur et des droits voisins, « Rapport annuel 2020 », septembre 2020.

PROPOSITIONS POUR ÉMANCIPER LES TRAVAILLEUR·SES CULTUREL·LES

8. Appliquer le droit du travail dans les ICC

- . Renforcer l'intervention de l'inspection du travail.
- . S'assurer de la bonne application de la loi Delaporte de 2023 (règles applicables aux influenceur·ses).

9. Mettre en œuvre la représentation collective des auteur·rices

- . Définition d'un statut, sur la base d'un nombre annuel d'heures.
- . Élections d'un Conseil national représentatif des différentes professions artistiques.

10. En s'appuyant sur cette représentation, rééquilibrer les contrats d'édition, de production au bénéfice des créateur·rices, et limiter la part de revenu appropriée par les producteurs et distributeurs.

11. Défendre l'intermittence du spectacle contre les remises en cause patronales⁴¹

12. Sécuriser les professions culturelles au-delà des artistes et technicien·nes de l'audiovisuel et du spectacle

- . Plusieurs scénarios sont envisageables : salaire à vie ou transposition et généralisation de l'intermittence par exemple sur le modèle belge⁴².
-

41. Celles-ci reviennent avec régularité, à chaque renégociation de la convention d'assurance-chômage. Par exemple à l'automne 2023, le MEDEF a proposé de durcir les conditions d'entrée dans l'indemnisation de l'intermittence. Voir <https://www.telerama.fr/debats-reportages/nouvelles-regles-d-indemnisation-des-intermittents-le-medef-contre-la-culture-7018078.php>

42. Les artistes travaillant à la commande (plasticien·nes, auteur·rices de littérature, chorégraphes...) sont éligibles à un régime dit « 1 bis », après agrément par une commission paritaire artistes/syndicats patronaux. Ce régime comporte notamment un régime fiscal spécifique et une allocation dédiée. Voir <https://www.jeminforme.be/les-artistes-mieux-protéges-des-janvier-2024/>

II - REMETTRE LA CRÉATION AU CENTRE ET INVENTER L'EXCEPTION CULTURELLE DU XXI^E SIÈCLE

A. FACE AUX EFFETS MICKEY, RAVEL, DALIDA OU FILS DE, SOUTENIR LA DIVERSITÉ ET ÉVITER LA MONOCULTURE, PRÉMICES DE LA DÉSSERTIFICATION

Comme démontré précédemment, les industries créatives se concentrent de plus en plus, des oligopoles sans cesse plus restreints dominant. Le nerf de la bataille culturelle, c'est la propriété intellectuelle. **Les grands producteurs, comme les grands circuits de diffusion, accumulent des catalogues et les rentabilisent au maximum. On se trouve, en termes économiques, dans une économie de rente.** Donnons-en trois exemples caricaturaux pour montrer les effets pervers qui en découlent :

- **Effet Mickey : les droits d'auteur se prolongent toujours plus loin dans le temps.** C'est bien connu, la loi américaine sur le copyright, comme la réglementation européenne sur le droit d'auteur-riche (la période de perception y est passée de 50 à 70 ans après la mort), a été modifiée pour permettre à Disney de continuer à toucher les royalties de Mickey Mouse, soit presque 6 milliards de dollars par an selon une estimation de Forbes. Celui-ci vient juste, 95 ans après sa création, de tomber côté étatsunien dans le domaine public pour le tout premier Mickey de 1928.
- **Effet Ravel : les vaches à lait du droit d'auteur profitent à l'oligopole des ICC et aux profiteurs.** Qui touchait les droits sur le fameux boléro ? « La fille d'un premier mariage de la seconde femme du mari de l'infirmière masseuse du frère de Maurice Ravel⁴³. » On est très loin de la légende – savamment entretenue par les organismes de gestion de droits d'auteur – de la veuve sauvée de la misère par le droit d'auteur ! **De façon générale, ce sont les majors, les gros producteurs qui accumulent les catalogues de droits,** avec une force triple dans le processus : ils ont le temps pour eux quand la masseuse du frère de Ravel veut le cash tout de suite ; ils ont une meilleure connaissance de la valeur de l'œuvre (ce qui crée une asymétrie d'information qu'ils rentabilisent⁴⁴) ; mieux, on va le voir, ils ont les moyens de faire jouer cette rentabilité à la hausse ou à la baisse (voir II.B).
- **Effet Dalida : toujours la même chanson.** Avec une régularité de métronome, la chanteuse italo-égyptienne pourtant décédée (plus exactement, son frère et producteur) a continué à sortir des albums depuis sa disparition en 1987. Motivée par la cupidité, la pratique est morbide culturellement, puisque dans la compétition très organisée par les ICC pour notre temps d'attention, cette répétition se fait aux dépens de la nouveauté, ou simplement d'autre chose. Dans la même veine, on peut évoquer le **lien entre accumulation des droits d'auteurs par les majors, et intensification de la pratique commercialement lucrative du recyclage musical** (interpolation d'éléments mélodiques, utilisation de samples de vieux tubes pop... pour créer de nouveaux tubes)⁴⁵.
- **Effet « Fils de » : il est moins cher de rentabiliser une vieille marque que d'en créer une nouvelle.** Corollaire d'une industrie concentrée, organisée autour du droit d'auteur, et qui s'est financiarisée, les noms (d'acteurs, de chanteurs) sont devenus de véritables marques, gérées comme telles. On sait qu'un film se monte sur un nom et désormais ce nom s'hérite. Aux États-Unis, l'irritation gagne contre les « nepobabies⁴⁶ », les bébés népotiques d'Hollywood qui accèdent à la célébrité et aux grands rôles. Le phénomène prévaut aussi en France⁴⁷. C'est pourtant bien **Beaumarchais, le père du droit d'auteur, qui vitupérait ceux qui « se sont donné la peine de naître ».**

43. Juliette de Banes Gardonne, « Musique et droits d'auteur : le gros magot de Ravel » *Le Temps*, 29 septembre 2022.

44. George Akerlof, « The Market for "Lemons": Quality Uncertainty and the Market Mechanism », *Quarterly Journal of Economics*, 84 (3), 1970, p. 488-500.

45. Arte, « Tracks », 2 avril 2022.

46. Nates Jones, « How a Nepe Baby Is Born », *New York Magazine*, 19 décembre 2022.

47. Salvade Castera, « Nepe babies : la culture française aussi a besoin d'un tableau » *Manifesto XXI*, 21 avril 2023.

Les ICC sont ainsi dominées par des phénomènes de rente. Or on sait, depuis Marx, que la rente (foncière) crée la surexploitation (agricole), c'est elle qui a par exemple mené les États-Unis de la Grande Dépression des années 1930 et des *Raisins de la colère* au *dust bowl*, les tempêtes de poussière et la stérilité du sol. Dans la culture, c'est la même chose : il est donc nécessaire, dans une authentique approche progressiste d'exception culturelle, « d'euthanasier » les rentiers culturels (comme dirait Keynes).

Autre problème majeur qui mine l'exception culturelle : la concentration produit le conformisme. Dans le cinéma, on l'a vu, elle est très marquée : les grands producteurs contrôlent aussi les grands distributeurs et les principaux réseaux de salles (CGR, Pathé-Gaumont, UGC, MK2). On a pu parler de « mainmise de la distribution sur la production », car elle contrôle l'accès aux salles – ce qui rappelle l'emprise de l'agro-alimentaire sur la production paysanne. *In fine*, cette intégration bride et complique la possibilité de faire des films originaux⁴⁸, et conduit à avantager les gros films et les formules esthétiques usées jusqu'à la corde. Les paramètres actuels de l'exception culturelle renforcent encore le phénomène, car une bonne part de l'argent (le financement automatique du CNC) va à l'argent, il est concentré sur un petit nombre de producteurs⁴⁹.

Insistons ici sur le fait que ce n'est pas la propriété privée des droits d'auteurs et des moyens culturels de production et d'échange, à fortiori concentrée en quelques mains, qui favorise la création. Comme pour les start-ups, comme pour la recherche, c'est un solide appui public, la libre circulation des inspirations, et une offre diversifiée et ouverte qui forme, inspire, et incube de nouveaux et de nouvelles artistes.

Par ailleurs, **le conformisme de la production (mêmes « idées », mêmes acteurs, mêmes réalisateurs) a partie liée avec les abus que la « grande famille du cinéma » a choisi d'ignorer ou de couvrir.** Les archétypes rances de ce conformisme sont justement les films de Jacquot et Doillon, les films avec Depardieu. Souvent, le cinéma validé par les producteurs et les commissions du CNC est éculé – alors même que le prétendu cinéma « exigeant » (comme on l'a reproché à *Anatomie d'une chute*) fait un carton en salle comme auprès de la critique.

Il faut dès lors tenter d'ouvrir le système de financement public à des choix moins balisés, plus aléatoires. Pour pallier le risque, soulevé par la critique néolibérale des aides du CNC, de financer des films bâclés, on peut s'accorder avec l'idée qu'il faut veiller aux moyens donnés à l'écriture et à la préparation des films. Dans notre approche en revanche, le chiffre d'affaires ne saurait – contrairement à cette approche ressortant par exemple du rapport du Sénat déjà cité sur les aides du CNC – être le guide principal d'une politique d'exception culturelle.

“ Ce n'est pas la propriété privée des droits d'auteurs et des moyens culturels de production et d'échange, à fortiori concentrée en quelques mains, qui favorise la création. ”

48 Quentin Jagorel, « L'économie du cinéma français entrave la diversité de la création », *Le Monde*, 4 septembre 2014.

49. Voir Roger Karoutchi, « Financement public du cinéma », rapport d'information n° 610 (2022-2023), 17 mai 2023 : « 361 entreprises de production cinématographique ont mobilisé 87,88 millions d'euros de soutien automatique, majorations comprises, en 2021. Le rapporteur spécial relève que 40,6 % du soutien a été mobilisé par 10 sociétés : Gaumont, Pathé Films, TF1 Films Production, Sofinergie Capac, France 2 Cinéma, Les Films du Premier, EuropaCorp, Trésor Films, Nord-Ouest Films et M6 Films. Les autres principaux bénéficiaires du soutien constituent un groupe de 25 sociétés, qui totalisent 25,1 % du soutien total mobilisé en 2021. Au final 9,6 % des entreprises de production concentrent 65 % du soutien automatique, ce qui relativise l'idée d'un soutien reflétant l'extrême diversité du cinéma français. »

PROPOSITIONS POUR REVIVIFIER LA DIVERSITÉ DE LA PRODUCTION CULTURELLE

13. Limiter la concentration et l'accumulation des droits d'auteur-ice

- . En cohérence avec une politique qui limite la propriété privée et l'accumulation via l'héritage.
- . Entrée des droits de propriété littéraire et artistique dans le domaine public dès le décès comme c'était le cas en 1791 ou, dans certaines exceptions qu'il s'agirait de fixer démocratiquement, 50 ans après la mort (convention de Berne).
- . Distinction entre droits perçus au bénéfice du ou de la créateur-ice, et droits moindres perçus une fois qu'ils ont été cédés à un exploitant de catalogue.

14. Refuser l'emprise des « gros » dans l'allocation des aides à la production et à l'édition de l'État et des centres nationaux du cinéma, du livre et de la musique

- . Révision de la composition des commissions et des règles d'attribution pour neutraliser la domination des éditeurs et l'entre-soi népotique. On peut imaginer la présence de non professionnel·les (sur le modèle des conventions citoyennes), de parlementaires, d'associations d'intérêt général, etc. pour contrecarrer le risque d'étatisation.
- . Renforcement des aides à l'écriture audiovisuelle et littéraire.

15. Rééquilibrer le pouvoir dans les organismes de gestion collective des droits au profit des petit·es auteur·rices, compositeur·rices, interprètes,

en faisant lever sur la mise en place d'une représentation élue et sur des contrats de répartition de droits plus équitables (voir propositions *supra*).

B. DANS LE MONDE PHYSIQUE, REFUSER LE CONFORMISME DE LA DISTRIBUTION CULTURELLE, ET ACCORDER LE DROIT À CHACUN·E D'ACCÉDER À TOUTE LA CULTURE

Dans la première partie, on a présenté **la concentration des réseaux de distribution qui a pour effet de limiter l'accès au plan local à la culture, dans toute sa diversité.**

Dans la musique, « Les programmeurs de festivals perçoivent des risques concernant l'augmentation des prix de cession de têtes d'affiche, qui n'est pas seulement imputable à l'arrivée des groupes [les grands groupes d'entreprises intégrant plusieurs maillons de la chaîne, plusieurs festivals], mais qui peut en avoir subi les effets. Ils mettent en avant également des risques sur l'équilibre financier de festivals, en particulier pour des festivals de taille intermédiaire, et craignent une plus grande standardisation de la programmation des festivals de musiques actuelles »⁵⁰.

Dans le cinéma, on constate une concentration à la fois sur quelques établissements (les multiplexes) et sur les grosses agglomérations. La France recensait 6114 écrans et 2045 établissements en 2019, un des parcs les plus importants d'Europe. Cependant, si le nombre d'écrans augmente, cela se traduit essentiellement par une concentration de l'offre autour des multiplexes (la moitié des 245 écrans ouverts de 2010 à 2019, contre 65 au sein des cinémas de 4 à 7 écrans et 60 au sein des cinémas de 1 à 3 écrans). Dans le même temps, selon le CNC, 426 écrans ont fermé en 10 ans dans les cinémas de 1 à 3 écrans. Le parc cinématographique se concentre dans les zones urbaines : en 2019, près de 30 % des agglomérations de moins de 10 000 habitants sont équipées de salles de cinéma, 73,6 % de celles de 10 000 à 20 000 habitants et 97,1 % de celles de 20 000 à 50 000 habitants. Pourtant, la moitié de la population vit dans des communes de moins de 10 000 habitants. **Le constat est analogue pour les librairies, avec la persistance de déserts culturels et des effets de métropolisation culturelle.**

50. Direction générale de la création artistique, *op.cit.*

Cette concentration limite l'accès, d'une part compte tenu des prix des billets en multiplexe, et d'autre part pour l'ensemble des commerces culturels, du fait **de la distance à parcourir plus importante entre périphérie et zones rurales**, et grands cinémas/librairies urbains et périurbains.

La concentration de la distribution conduit en outre au conformisme de la programmation.

Le bureau de liaison des organisations de cinéma (BLOC) relevait, à la suite d'un travail de la Cour des comptes, que lors de son premier jour d'exploitation en salle, le premier épisode de la saga cinéma *Dune* occupait 27 % des écrans français ; le chiffre atteignait dans certains multiplexes de 50 à 65 % des écrans. Or, l'oligopole capitaliste privé qui distribue la culture recherche la certitude du profit.

Programmation restreinte des cinémas et offre limitée des librairies de centre commercial pèsent sur les chances d'une variété de films et de titres de se faire connaître – de rencontrer leur public, et donc de devenir rentables. Les biens culturels sont en effet des biens d'expérience (voir encadré ci-après). On est donc dans **un cercle vicieux économique : un petit nombre d'industriels de la culture produit, programme sa production, la rentabilise, se donne les moyens de produire plus et contrôler plus la distribution.**

Il y a un autre versant, côté consommateur·rices/citoyen·nes, à la non-expérience d'une variété de biens culturels. En effet, la sociologie culturelle⁵¹ depuis Bourdieu a montré que **le capital culturel, celui des classes supérieures ou très éduquées, leur permet de connaître et d'apprécier une grande variété d'esthétiques et de formes, y compris populaires (on parle d'« omnivorisme culturel »), alors que les classes populaires connaissent la culture populaire.** C'est un facteur auquel se heurtent les politiques culturelles qui l'ignorent, et ce depuis la création du ministère en 1959. De nombreuses actions ont été menées sur ce terrain, avec des succès variables, souvent éphémères ou locaux, sans victoire définitive. Dernier en date, le Pass Culture a en partie solvabilisé la demande des jeunes en biens culturels, mais il a été inefficace pour faire bouger et diversifier les pratiques culturelles : il permet de s'acheter tous les épisodes d'un feuilleton manga, mais échoue à encourager une aventure esthétique moins balisée. **L'ambition que toute la jeunesse accède à l'éducation artistique et culturelle (EAC) a elle-même dépassé les 20 ans, mais le « 100 % EAC »⁵² est toujours hors d'atteinte⁵³ :** archétype de la politique publique multi-acteurs (ministères de la Culture et de l'Éducation, mais aussi de la Justice, de la Ville, de l'Agriculture... ; collectivités locales ; associations ; artistes et institutions culturelles), l'EAC butte sur l'insuffisance des moyens, la discontinuité des actions menées et les insuffisances d'autres politiques (transports, éducation générale, insertion).

“ Dans le cinéma, la concentration de la distribution conduit au conformisme de la programmation. L'oligopole capitaliste privé qui distribue la culture recherche la certitude du profit. ”

51. Voir les études régulières du département des études et des statistiques du ministère de la Culture sur les pratiques culturelles des Français.

52. Une circulaire conjointe des ministres de l'Éducation et de la Culture du 23 mars 2001 prévoyait « la mise en œuvre du plan d'action à cinq ans en faveur de "l'éducation artistique et culturelle pour tous" ».

53. Selon le ministère, 80 % des écolier·es et 59 % des collégien·nes réalisent un projet d'EAC. Voir Claire Thoumelin et Mustapha Touahir, « L'éducation artistique et culturelle en école et au collège en 2018-2019. État des lieux », Paris, ministère de la Culture, collection Culture Chiffres, 2020.

Les biens culturels, des « biens d'expérience »

Citons une association professionnelle de scénaristes : « les films, et notamment les films d'auteur ou le cinéma étranger non américain, sont des "biens d'expérience". Le goût vient avec l'expérience et si celle-ci devient impossible, faute d'écrans, la prophétie selon laquelle "les gens n'aiment pas les films difficiles" devient auto-réalisatrice. Cette remarque s'applique à la majorité des biens culturels. Plus l'espace des choix possibles se réduit, plus les choix effectivement observés se centrent sur un nombre restreint de produits. Dit autrement, l'attente de diversité émanant du public n'est pas une donnée exogène inscrite dans l'ADN du goût dominant, mais elle est endogène, c'est-à-dire très largement déterminée par la palette des choix offerts¹. »

1. Pierre Kopp, « [Le cinéma à l'épreuve des phénomènes de concentration](#) », site des Scénaristes de cinéma associés, 7 juin 2016..

PROPOSITIONS CONTRE LE CONFORMISME DE L'OFFRE DANS LE MONDE PHYSIQUE, POUR DÉMOCRATISER L'ACCÈS AUX BIENS CULTURELS

16. Soutenir et renforcer la diversité de l'offre dans les cinémas

- . Limiter la capacité des cinémas, et d'abord les multiplexes, à programmer un petit nombre de films⁵⁴.
- . Accroître le soutien à la distribution et à la diffusion d'une diversité de films, et l'implantation du réseau de cinémas Art & Essai à travers le territoire.

17. Renforcer l'information et le pouvoir des éditeur·rices et libraires face aux deux réseaux de distribution

- . Transparence de l'information sur les ventes et rapidité du réassort.
- . Mise à l'étude d'une coopérative de distribution (voir *supra*).

18. Réaliser pour de bon le « 100 % EAC », en plus du Pass Culture

- . Généralisation des pratiques artistiques, pensées à la fois comme un droit démocratique à tous les âges et comme une opportunité pour diversifier l'émergence de nouveaux talents.
- . Moyens accrus aux ministères concernés.
- . En particulier, relance des lieux d'éducation populaire et renforcement des cahiers des charges et des moyens des tiers-lieux conventionnés dans cette direction.
- . Priorité et généralisation dans la contractualisation État/collectivités locales, outil clé encore fragmentaire pour implanter territoire par territoire les actions d'EAC.

19. Réformer le Pass Culture pour diffuser l'omnivorisme culturel

- . Renforcer et diversifier l'offre culturelle proposée sur l'application (par la curation des contenus) et l'accompagnement dans l'espace scolaire.
- . Obliger à une plus forte diversité du panier acheté avec le Pass.

54. C'est la proposition du Bureau de liaison des organisations de films (BLOC), qui regroupe dix organisations de scénaristes, producteurs, distributeurs, diffuseurs indépendants de cinéma : « conditionner les aides au respect d'obligations d'exposition et de diversité, en commençant par interdire aux cinémas multisalles de programmer le même film dans plusieurs salles à la fois ».

C. DANS LA SPHÈRE NUMÉRIQUE, LUTTER CONTRE LES « BULLES » ET RENFORCER LE POUVOIR ET LA RÉMUNÉRATION DES CRÉATEUR·RICES

Du côté de la consommation, le numérique reproduit, parfois amplifie, les phénomènes culturels négatifs constatés dans la sphère physique. À l'inégalité d'accès au numérique (coût, illectronisme) s'ajoutent des phénomènes propres aux modes de consommation digitaux. Les algorithmes sont bâtis, sans transparence, pour maximiser la présence et développent certains comportements (achat, addictions, comportement alimentaires, bulles cognitives) dont le caractère néfaste pour la santé – notamment celle des plus jeunes – est de plus en plus critiqué : on se rappelle de la campagne menée par la lanceuse d'alerte Frances Haugen au sujet des algorithmes des plateformes.

Sur le plan culturel, le pouvoir dans le monde numérique est entre les mains des plateformes et parfois de certains *gatekeepers* (les « portiers » de la culture, qui ont le pouvoir de faire connaître et de prescrire la consommation culturelle) que continuent d'être les labels musicaux, les agent·es d'influenceur·ses, etc. En matière de diversité culturelle, les plateformes ont un biais déjà mentionné à propos du Pass Culture : **les algorithmes sont bâtis sur le même et le meme**, ils empêchent le hasard, la sérendipité non commerciale, la complexité, et – avec un marketing toujours plus intense pour vendre produits et services – le gratuit, le lent, le léger.

Pour autant, il ne faut pas minimiser l'opportunité positive que représente **l'autoproduction (musique, vidéo en particulier) et la capacité de tisser en ligne des micro-communautés d'intérêt et d'émulation artistique**. Au contraire, une politique culturelle de gauche devrait cultiver cette dimension, dans une perspective anticapitaliste d'émancipation artistique. Il est en tout cas dommageable, et problématique du point de vue de la diversité culturelle, de laisser exploiter ces phénomènes comme des sources de revenus pour les grandes plateformes américaines et chinoises, plutôt que comme des opportunités artistiques.

Sur le plan de la production, tous les phénomènes de domination des travailleur·ses de l'art, déjà décrits en partie I.C (droit du travail malmené, concentration des revenus sur quelques stars, faible rémunération des « petits », faible capacité de nombreux·ses créateur·rices à défendre leurs droits) sont renforcés par la puissance nouvelle des plateformes dans la diffusion des ICC. **Le modèle social des plateformes, y compris culturelles, c'est l'ubérisation** : celle-ci se fait au détriment des moins qualifié·es et renforce leur précarité. Archétype de ce Far West social qu'imposent les plateformes : les influenceur·ses, où l'arbre de quelques *success stories* cache la forêt des exploité·es, sous-payé·es. Le vote récent de la loi Delaporte/Vojetta⁵⁵ ouvre un chemin de normalisation : encore faut-il s'assurer qu'elle est appliquée, sanctions des agents véreux comprises.

En 2022, le gouvernement a mis en place des minimums de rémunération pour les artistes musicaux sur les plateformes, par exemple en pourcentage (10 %) et en avance minimale du producteur (1000 € par album inédit, 500 € pour un petit producteur⁵⁶). **Cette rémunération plancher reste néanmoins faible, d'autant que les labels et les distributeurs, ainsi que les organismes de gestion collective (qu'ils contrôlent) restent opaques⁵⁷** (voir propositions en partie II.B).

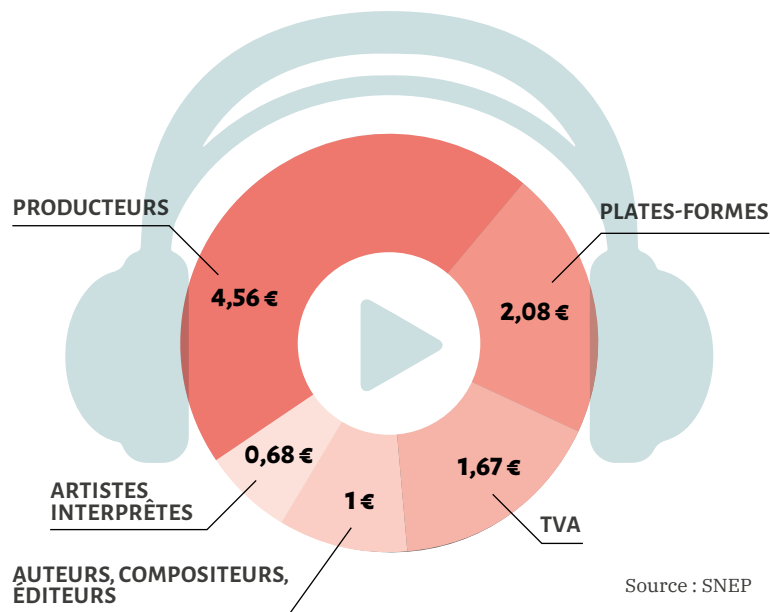
55. Loi du 9 juin 2023 visant à encadrer l'influence commerciale et à lutter contre les dérives des influenceurs sur les réseaux sociaux.

56. Voir <https://www.culture.gouv.fr/Presse/Communiqués-de-presse/Remuneration-minimale-au-titre-du-streaming>

57. France Culture, « Spotify, Deezer : les nouveaux défis du streaming musical », 9 février 2024.

STREAMING MUSICAL : OÙ VA L'ARGENT DE NOTRE ABONNEMENT ?

(la plupart des abonnements coûtent 9,99 €/mois)



Le défi le plus récent, qui occupe énormément le monde culturel à l'échelle globale, est **le perfectionnement d'IA génératives de contenus culturels de plus en plus commercialisables**. Les scénaristes et acteur·rices d'Hollywood ont mené, avec succès, une longue grève pour définir des conditions d'utilisation des IA acceptables pour elles et eux : pas d'écriture ou d'édition par les IA, pas d'adaptation de récits établis par des IA⁵⁸ ; accord et rémunération des acteur·rices avant que ne soient utilisées des répliques numériques IA. Cette dernière disposition nous semble ouvrir une brèche importante, couplée aux effets « Mickey » et « Dalida » évoqués plus haut : à moyen terme, pourvu que les acteur·rices (ou leurs ayants droit) soient d'accord, on pourrait sans fin les faire « jouer » dans des produits audiovisuels, ce qui démultiplie les risques d'uniformisation. Compte tenu de la concentration privée des revenus ainsi générés, quelques studios et labels pourraient tant et plus renforcer leur pouvoir de marché. **De stricts garde-fous aux IA culturelles doivent donc être mis en place en France et si possible plus largement, dans l'ensemble des ICC** au-delà du seul cinéma.

Enfin, si la main de l'État doit toujours être tremblante quand elle touche à la création et à la diffusion culturelle, il est un angle consensuel : c'est son rôle de protéger les mineur·es, avec la législation sur les publications pour la jeunesse, sur l'entrée au cinéma, la signalétique de l'ARCOM sur les contenus audiovisuels déconseillés, etc. Or l'addiction des jeunes aux plateformes est désormais avérée, avec ses effets délétères. L'accès des enfants à des contenus « adultes », violents ou sexuels, est démultiplié par la numérisation des industries culturelles. À titre d'illustration, **notre société a laissé se développer une consommation, à grande échelle, de pornographie en ligne par les mineur·es y compris par de très jeunes enfants** (2,3 millions de mineur·es par mois en France⁵⁹). Cette consommation comporte des risques importants et désormais bien documentés pour leur bien-être, pour leur santé et pour l'ancrage de représentations sexistes.

58. Dani Anguiano et Lois Beckett, « How Hollywood writers triumphed over AI – and why it matters », *The Guardian*, 1^{er} octobre 2023.

59. ARCOM, « La fréquentation des sites "adultes" par des mineurs », mai 2023.

PROPOSITIONS POUR LA DIVERSITÉ CULTURELLE EN LIGNE

20. Voter une « loi Toubon »⁶⁰ pour l'accessibilité et la diversité de contenus culturels français et francophones sur les plateformes

- . Minimum de titres de films et de séries français et francophones – le problème est actuellement moindre pour la musique – visibles dans les algorithmes des plateformes pour les usager-es basé-es en France, sur le modèle des obligations des radios et des télévisions.
- . Visibilité obligatoire des diffuseurs/producteurs originaux sur les plateformes.
- . Fenêtres obligatoires de propositions culturelles de contenus entièrement gratuits et aléatoires, hors de toute promotion commerciale ou basée sur les *trends* les plus puissants.

21. Créer une médiathèque publique culturelle en ligne

- . Reprise du projet⁶¹ pourquoi pas entre les chaînes audiovisuelles publiques européennes d'une plateforme gratuite de contenus culturels numériques, en s'appuyant sur les offres existantes des chaînes de télé et radio publiques, Gallica, l'INA.
- . Renégociation des accords de cofinancement des œuvres par l'audiovisuel public, pour défalquer tout ou partie de ce cofinancement des frais à payer pour diffuser les œuvres (afin de faciliter l'acquisition d'un catalogue d'œuvres par la médiathèque publique).
- . Alimentation de cette plateforme par le domaine public, les « introuvables », la politique de production renforcée des médias audiovisuels publics (voir *supra*), et des successions mieux assujetties à l'impôt et réglées en « dation de droit d'auteur-riche » (voir *supra*).
- . Outil conçu pour appuyer aussi l'enseignement public, y compris l'éducation artistique et culturelle⁶².

22. Renforcer le pouvoir et l'information des artistes dans leur diffusion en ligne

- . Meilleure part dans la rémunération totale des œuvres streamées.
- . Meilleure information sur le trafic et les revenus générés sur les plateformes.

23. Limiter drastiquement la place des IA génératives culturelles

- . Interdiction des scénarios, textes musicaux ou littéraires écrits par IA, sur le modèle de l'accord trouvé à Hollywood.
- . Interdiction de faire « jouer » par IA des acteur·rices, interprètes... *post-mortem*.
- . Distinction des usages commerciaux et non commerciaux des IA génératives (sur le modèle des exceptions existant pour la caricature, à titre pédagogique).

24. Empêcher de manière effective l'accès des moins de 18 ans aux contenus adultes,

en rendant obligatoire l'identification. La garantie de l'anonymat des usager-es, pour éviter de constituer d'immenses bases de données privées d'identités liées à des moyens de paiement, pourrait être assurée par exemple via le recours à la *blockchain*.

60. La loi du 1^{er} février 1994, votée en parallèle de la loi Toubon du 4 août 1994 sur l'emploi de la langue française dans les services publics et l'espace public, prévoit des quotas de chanson d'expression française à la radio, y compris les nouveaux talents et nouvelles productions.

61. Le projet Salto prévoyait une plateforme audiovisuelle à la demande associant les grandes chaînes françaises, publiques et privées.

62. C'est le rôle, presque depuis l'origine, de la BBC. Voir George Auckland, « Educational Services by BBC Public Service Broadcasting in the New Era », *NHK Broadcasting Studies*, n° 6, 2008.