



Bruxelles, le 8 novembre 2019
(OR. en)

13341/19

AUDIO 109
CULT 115
DIGIT 163
CONSOM 299

NOTE

Origine:	Secrétariat général du Conseil
Destinataire:	Comité des représentants permanents/Conseil
Objet:	Forces, potentiel d'innovation et compétitivité au niveau mondial des secteurs européens de la culture, de la création et de l'audiovisuel - Débat d'orientation <i>(Délibération publique conformément à l'article 8, paragraphe 2, du règlement intérieur du Conseil)</i> <i>[présenté par la présidence]</i>

Après avoir consulté le groupe "Audiovisuel", la présidence a élaboré le document de réflexion ci-joint, qui est présenté pour servir de base au débat d'orientation auquel le Conseil "Éducation, jeunesse, culture et sport" procédera lors de sa session des 21 et 22 novembre 2019.

Forces, potentiel d'innovation et compétitivité au niveau mondial des secteurs européens de la culture, de la création et de l'audiovisuel

- Document de réflexion de la présidence en vue du débat d'orientation -

La stratégie pour un marché unique numérique vise à créer des possibilités à la fois pour les citoyens et pour les entreprises, et à renforcer la position de l'Europe en tant qu'acteur mondial de premier plan dans l'économie numérique. Les secteurs de la culture, de la création et de l'audiovisuel, en particulier, sont au cœur du marché unique numérique. Le contexte de concurrence auquel ces secteurs sont actuellement confrontés est une course avec des acteurs mondiaux, dans un paysage en constante évolution.

Les secteurs de la culture et de la création jouent un rôle crucial dans les débats sur le potentiel de compétitivité et d'innovation durables en Europe. Comme souligné par le Conseil¹, les secteurs de la production et de la distribution de contenus, qui comprennent les contenus et les œuvres provenant des médias (y compris contenus audiovisuels, de la presse écrite et en ligne) ainsi que d'autres secteurs culturels et créatifs, sont essentiels au développement social et économique européen. Étant donné qu'ils s'appuient sur des valeurs culturelles et sur la diversité culturelle, ainsi que sur la créativité, les compétences et les talents individuels et collectifs, les secteurs de la culture, de la création et de l'audiovisuel recèlent un immense potentiel. Ces secteurs peuvent générer de l'innovation, de la richesse et de l'emploi, notamment parce qu'ils dégagent une valeur non matérielle. Les secteurs de la culture, de la création et de l'audiovisuel jettent des ponts entre l'art, la culture, les entreprises et la technologie. Ils contribuent à développer un esprit critique et des compétences en matière de résolution de problèmes ainsi que la capacité à adopter une approche créative à l'égard des problèmes, ce qui représente des compétences clés dans la société de demain.

Dans le même temps, les secteurs de la culture, de la création et de l'audiovisuel sont indispensables à une société européenne libre et démocratique. Ils constituent un socle essentiel pour notre système démocratique dans la mesure où ils n'offrent pas uniquement une plateforme pour l'expression de la culture, des points de vue et des idées, mais permettent également un accès à l'information et à un large éventail de contenus. En outre, ils représentent une partie indispensable de notre patrimoine commun, ils préservent et promeuvent notre diversité culturelle et favorisent l'appréciation de nos valeurs et de notre identité communes.

¹ Conclusions du Conseil sur le renforcement des contenus européens dans l'économie numérique (JO C 457 du 19.12.2018, p. 2).

Aujourd'hui, les contenus audiovisuels sont créés, distribués et consommés selon des modalités de plus en plus différentes du modèle économique traditionnel fondé sur la consommation linéaire. Les rôles de créateur, de distributeur et de consommateur ne se différencient plus autant qu'avant, ce qui a entraîné des changements dans l'ensemble de la chaîne de valeur. Le passage au numérique a vu l'ascension de nouveaux acteurs puissants dans le domaine des contenus médiatiques (Internet et plateformes mobiles, fournisseurs de services Internet et, plus généralement, grandes entreprises technologiques) établis en dehors de l'UE. Compte tenu de la solidité de leur position économique et financière, ils ont commencé à définir les règles du jeu sur le marché de l'UE.

Le secteur de la vidéo à la demande, qui est dominé par un petit nombre d'acteurs mondiaux majoritairement non européens, et qui connaît une croissance annuelle de plus de 40 %, accélère la transformation de la structure du marché. Compte tenu du fait que les grandes plateformes en ligne opèrent à l'échelle mondiale, il est devenu de plus en plus difficile pour les contenus provenant de petits marchés de se faire repérer et d'avoir un impact non seulement au niveau mondial, mais aussi au niveau local.

Dans un monde interconnecté où l'interactivité joue un rôle essentiel dans la production de contenu, nous avons pu constater **une demande croissante de nouvelles expériences audiovisuelles immersives, une croissance rapide du contenu des jeux, de nouvelles possibilités pour le patrimoine audiovisuel européen grâce à la technologie et le rôle de plus en plus important de l'intelligence artificielle dans la définition des groupes cibles.**

Comme indiqué dans le nouveau *programme stratégique 2019-2024*, "Une base économique solide est d'une importance primordiale pour la compétitivité et la prospérité de l'Europe, pour son rôle sur la scène mondiale ainsi que pour la création d'emplois, et nous devons renouveler les bases d'une croissance durable et inclusive à long terme et renforcer la cohésion dans l'UE".

Il est essentiel d'examiner comment améliorer la compétitivité, la visibilité et la capacité d'innovation des secteurs européens de la culture, de la création et, plus particulièrement, de l'audiovisuel. Nous devons veiller à tirer pleinement parti de leur potentiel de croissance durable, qui est fondamental pour la base économique solide dont l'UE a besoin. L'Union européenne doit être capable de façonner son propre avenir numérique. Dans le même temps, nous devrions être tournés vers l'extérieur et chercher à renforcer la présence de l'Europe sur la scène internationale. À cette fin, nous devons continuer de favoriser notre coopération culturelle, d'accroître notre part de marché et de promouvoir les valeurs de l'Europe.

Défis dans les secteurs de la culture et de la création

Les secteurs européens de la culture et de la création emploient 12 millions de personnes et créent environ 5,3 % de la valeur ajoutée brute totale de l'Union. Leur poids économique est comparable à celui des secteurs des technologies de l'information et de la communication (TIC) et des services d'hébergement et de restauration, et représente plus de 4 % du PIB de l'UE. En outre, l'excédent de la balance commerciale de l'UE en matière de biens culturels témoigne d'une demande accrue de biens culturels de l'UE².

Le secteur des médias numériques³ est une composante essentielle des secteurs de la culture et de la création en pleine expansion en Europe. Il s'agit d'un des secteurs qui connaît la croissance la plus rapide dans le monde⁴. Selon les estimations⁵, les dépenses totales consacrées aux divertissements et aux médias connaîtront un taux de croissance annuel moyen de 4,4 % d'ici 2022, le segment le plus dynamique étant celui des sports en ligne et des jeux vidéo⁶.

En dépit de leur importance croissante pour l'économie européenne et la compétitivité au sein du marché unique numérique, les secteurs de la culture et de la création et l'industrie audiovisuelle sont confrontés à des défis majeurs, comme l'accès au financement en faveur de la recherche et de l'innovation et les initiatives visant à faciliter la pénétration sur le marché⁷. La recherche et l'innovation sont essentielles pour permettre aux secteurs de la culture et de la création de produire de la valeur, alors qu'elles représentent par nature la forme la plus risquée d'investissement.

² https://www.eif.org/what_we_do/guarantees/cultural_creative_sectors_guarantee_facility/ccs-market-analysis-europe.pdf

³ Le secteur des médias numériques comprend toutes les activités liées au cinéma, à la télévision, aux nouvelles et aux informations, à la production, à la diffusion et au stockage de contenus et aux jeux vidéo. (KEA European Affairs: *Towards an integrated vision for the European Digital Media Sector. Mapping of other existing EU programmes targeting Creative and Cultural Sectors in the Audiovisual field*, 31.10.2018).

⁴ On estime que les dépenses mondiales totales consacrées aux médias passeront de 1,6 billion \$ en 2015 à 2,1 billions \$ en 2020. Les dépenses numériques devraient représenter plus de 50 % des dépenses totales consacrées aux médias en 2019, alimentées par l'expansion de la téléphonie mobile et l'amélioration des infrastructures de TIC (*idem*).

⁵ <https://www.pwc.com/outlook>

⁶ On prévoit que le sous-secteur des jeux vidéo sera le segment des secteurs des médias numériques qui connaîtra la croissance la plus rapide: il devrait passer de 85 154 millions \$ en 2015 à 132 425 millions \$ en 2020 (taux de croissance annuel moyen de 9,2 %).
Source: McKinsey & Co, Global Media Report 2016.

⁷ KEA European Affairs: *Towards an integrated vision for the European Digital Media Sector. Mapping of other existing EU programmes targeting Creative and Cultural Sectors in the Audiovisual field*, 31.10.2018.

Cette limitation de l'accès au financement que connaissent les secteurs de la culture et de la création est aggravée par le fait que ces secteurs sont généralement perçus comme constituant des secteurs économiques distincts qui ne sont pas interconnectés. Cette perception cloisonnée verrouille les ressources destinées à l'investissement et est limitée en terme de pérennité. Elle ne centralise pas les risques et les bénéfices au profit de l'ensemble des secteurs de la culture et de la création. C'est particulièrement le cas pour l'industrie individuelle et l'industrie des contenus.

Parmi les autres **obstacles qui freinent la compétitivité dans les secteurs de la culture et de la création**, on peut citer:

- Une connaissance et une utilisation insuffisantes de la technologie, qui limitent la capacité de ces secteurs à se lancer dans la transition numérique et à exploiter les nouvelles formes de création, de promotion et de diffusion des contenus;
- un accès limité aux données, qui sont en grande partie détenues par les grandes plateformes de contenus mondiales, et l'absence de transparence en ce qui concerne les critères utilisés par ces plateformes pour classer et promouvoir les contenus;
- une taille limitée et une capacité réduite à opérer par delà les frontières, qui peuvent se traduire par une faible part de marché des contenus européens sur le marché international;
- une attention insuffisante portée aux demandes de ces secteurs dans le domaine de l'enseignement artistique et supérieur;
- une compréhension insuffisante des nouveaux modes de consommation et des tendances qui existent en particulier chez les jeunes publics;
- l'absence d'investissement dans le développement d'initiatives de production et de diffusion ambitieuses offrant des perspectives mondiales et susceptibles de présenter les acteurs européens comme une source de contenus de qualité;
- la faible part de marché des contenus européens sur les marchés internationaux.

Si certains de ces problèmes sont sectoriels, nombre d'entre eux concernent également d'autres domaines d'action européens. La nécessité de passer à la vitesse supérieure et de rattraper le retard par rapport à la concurrence mondiale se fait sentir dans de nombreux domaines, comme la recherche et l'innovation, l'enseignement supérieur et le commerce. Même face aux défis qui l'attendent, l'Europe peut et devrait adopter un état d'esprit volontariste en promouvant sa compétitivité de manière globale dans les différents secteurs.

Afin de promouvoir la compétitivité et la diversité culturelle et linguistique de l'industrie audiovisuelle, l'UE a recours à plusieurs instruments combinant réglementation, soutien aux actions menées et financement.

Le cadre juridique a été modernisé non seulement par la directive révisée relative aux services de médias audiovisuels⁸, mais également par la directive (UE) 2019/789⁹, qui a aussi renforcé la promotion des contenus audiovisuels européens, ainsi que par la directive sur le droit d'auteur¹⁰, qui garantit aux titulaires de droits une rémunération équitable pour leurs œuvres en ligne, sans négliger la liberté d'expression des utilisateurs. Ces trois actes juridiques représentent une avancée majeure dans la promotion des contenus culturels en réponse aux défis liés à la rémunération équitable des titulaires de droits, à la transparence, à l'accès aux contenus et à la stimulation de la diversité culturelle dans l'environnement numérique.

La réglementation est importante et nécessaire pour garantir des conditions de concurrence équitables. Il faut un cadre réglementaire qui encourage les investissements et permet aux opérateurs européens, en particulier par l'intermédiaire d'entreprises européennes indépendantes, de pouvoir générer les revenus nécessaires pour financer la création et la diffusion de contenus, notamment grâce à une transparence accrue en ce qui concerne les données détenues par les grandes plateformes. Pour rester compétitives, les entreprises européennes audiovisuelles et de médias doivent pouvoir adopter des modèles commerciaux innovants.

Il est toutefois tout aussi essentiel d'étudier et de renforcer d'autres moyens de stimuler la compétitivité et l'innovation dans le secteur audiovisuel européen. La Commission a présenté à cet égard des propositions ambitieuses pour la prochaine génération de programmes de financement, tels qu'Europe créative, InvestEU et Horizon Europe. Ces programmes financeront des mesures de soutien spécifiques destinées à aider l'industrie à s'adapter et à mettre à profit les possibilités offertes par le nouveau paysage audiovisuel. Il convient de développer davantage les synergies entre les programmes de l'UE, en particulier pour promouvoir la collaboration entre les communautés des contenus et les communautés des technologies.

⁸ Directive (UE) 2018/1808 du Parlement européen et du Conseil du 14 novembre 2018 modifiant la directive 2010/13/UE visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à la fourniture de services de médias audiovisuels (directive "Services de médias audiovisuels"), compte tenu de l'évolution des réalités du marché (JO L 303 du 28.11.2018, p. 69).

⁹ Directive (UE) 2019/789 du Parlement européen et du Conseil du 17 avril 2019 établissant des règles sur l'exercice du droit d'auteur et des droits voisins applicables à certaines transmissions en ligne d'organismes de radiodiffusion et retransmissions de programmes de télévision et de radio, et modifiant la directive 93/83/CEE du Conseil (JO L 130 du 17.5.2019, p. 82).

¹⁰ Directive (UE) 2019/790 du Parlement européen et du Conseil du 17 avril 2019 sur le droit d'auteur et les droits voisins dans le marché unique numérique et modifiant les directives 96/9/CE et 2001/29/CE (JO L 130 du 17.5.2019, p. 92).

Compte tenu d'observations récentes¹¹, la présidence estime que des solutions pourraient être trouvées au niveau européen **en renforçant le potentiel d'innovation de l'Europe et en encourageant la coopération et les partenariats**. La créativité est une condition essentielle à l'innovation. Pour renforcer le potentiel d'innovation de l'Europe, la créativité pourrait être encouragée en investissant dans le développement et le renforcement des compétences, ainsi qu'au travers de l'innovation croisée et d'écosystèmes créatifs pour attirer les talents en Europe et les retenir. Les acteurs des industries de la création et de l'audiovisuel devraient pouvoir prendre part à de nouvelles formes de consolidation, de coopération et d'alliances pour relever les défis auxquels l'Europe est confrontée en termes de concurrence.

Le volet MEDIA d'Europe créative visera essentiellement à promouvoir la cocréation, la codistribution et la copromotion afin d'aider l'industrie à se développer à l'échelle européenne. Le Conseil a également pris acte à cet égard de l'importance des coproductions pour ce qui est de promouvoir la diversité culturelle et linguistique de l'Europe¹².

La recherche et l'innovation touchent toute la société et englobent différents acteurs, secteurs et politiques. Pour promouvoir l'innovation dans l'ensemble de l'UE, il convient de réunir les moteurs d'innovation, y compris les industries de la création. Il importe en outre de contribuer à mettre fin aux cloisonnements entre les secteurs, dans l'optique de bénéficier des développements du marché.

¹¹ Résultats de la conférence intitulée *Création, innovation, promotion - Compétitivité de l'industrie audiovisuelle européenne*, 10 et 11 septembre 2019, Helsinki, Finlande.

¹² Conclusions du Conseil sur une meilleure diffusion transfrontière des œuvres audiovisuelles européennes, l'accent étant mis sur les coproductions (JO C 192 du 7.6.2019, p. 11).

La proposition que la Commission a présentée en vue d'une nouvelle communauté de la connaissance et de l'innovation au sein de l'Institut européen d'innovation et de technologie, consacrée aux secteurs de la culture et de la création¹³, est un très bon exemple de promotion des approches transsectorielles de l'innovation. De même, les laboratoires d'innovation créative prévus par le futur programme Europe créative soutiendront des projets prenant appui sur différents secteurs de la culture et de la création, qui favoriseront à leur tour des approches et outils transsectoriels innovants pour faciliter de nouvelles formes de contenu, d'accès, de distribution, de promotion et de monétisation de la culture et de la créativité.

Une véritable stratégie européenne pour les industries de la culture et de la création doit couvrir différents secteurs et être axée sur l'impact et la pérennité, de sorte que les secteurs puissent se développer ensemble et rendre notre culture plus accessible au niveau mondial. En outre, une coopération et une interconnexion accrues entre les secteurs permettent aux parties prenantes de tirer davantage parti des investissements et de la croissance.

Dans la phase actuelle de transition institutionnelle et dans le contexte de la préparation prochaine de la stratégie globale à long terme pour l'avenir industriel de l'Europe, la présidence souhaite soumettre les questions ci-après en vue du débat d'orientation ministériel qui aura lieu le 21 novembre:

¹³ Proposition de décision du Parlement européen et du Conseil relative au programme stratégique d'innovation de l'Institut européen d'innovation et de technologie (EIT) pour la période 2021-2027: stimuler les talents et les capacités de l'Europe en matière d'innovation, COM (2019) 330 final.

- *Parmi les défis auxquels sont confrontées les CCI et plus spécifiquement l'industrie audiovisuelle, lesquels estimez-vous être les plus urgents, tant au niveau national qu'europpéen? Quels sont d'après vous les points forts les plus importants de ces industries?*
- *Quelles actions et mesures l'UE devrait-elle prendre en priorité pour renforcer sa compétitivité à l'échelle mondiale de manière durable dans le domaine de la création et de la distribution de contenus audiovisuels?*

Afin que chacun ait l'occasion de s'exprimer dans le temps imparti, les ministres seront invités à limiter leur intervention à trois minutes au maximum.
