

## LE GATS ET LA DIVERSITE CULTURELLE

*par Michael A. Wagner, Union Européenne de Radio-Télévision*

*Ce texte est l'adaptation d'un discours prononcé lors d'un séminaire sur la diversité culturelle et le pluralisme des médias ("Kulturelle und mediale Vielfalt") organisé par la Commission allemande pour l'UNESCO à Cologne, le 27 juin 2001.*

### **Diversité culturelle : une idée qui fait son chemin**

La diversité culturelle est aujourd'hui le maître mot des discussions sur la radiodiffusion et les autres services audiovisuels dans une économie qui a pris une dimension planétaire. Le pluralisme des médias qui ont un important rôle à tenir dans la diffusion de la culture, et ce n'est pas l'Internet qui démontre le contraire, devrait faire partie intégrante de cette notion de diversité culturelle.

La diversité culturelle a été élevée au rang d'objectif d'intérêt général, reconnu et légitime, et aucune négociation future sur le commerce ne peut ignorer cette réalité. Comme l'a dit Pascal Lamy, Commissaire européen chargé du commerce, lors du séminaire UER de Bruxelles<sup>1</sup> : **"Le combat idéologique sur la diversité culturelle a été gagné"**.

Reste maintenant à traduire cela dans la réalité. Première question : par quelles mesures, politiques et juridiques, peut-on préserver et promouvoir la diversité culturelle ? C'est avant tout au niveau régional et national qu'il faut chercher la réponse, mais il y a également une dimension européenne, voire mondiale. Deuxième question : comment répercuter cela sur les négociations concernant la libéralisation du commerce, qui se poursuivent actuellement au sein de l'Organisation mondiale du commerce ?

### **"Exception culturelle" ?**

La réponse traditionnelle à la question posée précédemment est ce qu'il est convenu d'appeler *l'exception culturelle*. C'est dire que les services culturels et les mesures de politique culturelle ne devraient pas être visés ou affectés par la libéralisation du commerce. Cette exception n'était cependant pas réalisable pendant le cycle de l'Uruguay, pas plus qu'elle n'aurait des chances de l'être dans le cadre du nouveau cycle de négociations. Les services audiovisuels, tout le monde s'accorde à le reconnaître aujourd'hui, sont à double face : d'une part, ce sont des activités qui ont une incidence économique et qui font l'objet d'échanges commerciaux dans le monde entier, d'autre part, ils remplissent d'importantes fonctions culturelles, démocratiques et sociales dans chaque société.

---

<sup>1</sup> 4e Conférence de l'UER "e-Europe et l'audiovisuel de service public", 26-27 mars 2001.

Comment mettre en harmonie les aspects économiques et culturels ? C'est le véritable défi. Dans le même temps, il s'agira de veiller à ce que l'abolition des barrières commerciales favorise effectivement la diversité culturelle et ne conduise pas à la primauté de certaines cultures en accentuant les déséquilibres qui existent.

L'Europe, incarnée par le Conseil de l'Europe et par l'Union européenne nous livre les premières solutions... ou les premières tentatives de réponse. Le Traité CE, avec son article sur la culture et son protocole sur le système de radiodiffusion publique, n'apporte pas encore de solution parfaite, au moins offre-t-il la base d'un rapprochement entre les objectifs économiques et culturels.

### **Normes zéro**

Sur la scène internationale, en revanche, c'est le néant. Et comme l'affirme de façon percutante Pascal Lamy : *"Au niveau international on est en état de normes zéro"*. Cependant le Commissaire européen ne prend pas position sur la question de savoir quelle enceinte internationale devrait élaborer des normes juridiques : ONU, UNESCO, OCDE, Réseau international pour la diversité culturelle, OMC ?

Sur la notion de diversité culturelle, des travaux préparatoires très importants ont été entrepris par le Conseil de l'Europe, aboutissant en décembre 2000 à une Déclaration sur la diversité culturelle<sup>2</sup>. Le 2 novembre 2001, l'UNESCO adoptait sa Déclaration universelle sur la diversité culturelle : dépourvue de caractère contraignant, elle sera cependant certainement d'un grand secours pour donner forme à un concept commun, universel, de la diversité culturelle.

L'objectif de diversité culturelle ne signifie pas simplement protéger l'identité culturelle et la souveraineté dans le domaine de la culture; mais implique aussi, pour reprendre les termes de la Déclaration du Conseil de l'Europe, que *"la diversité culturelle s'exprime dans la coexistence et les échanges de pratiques culturelles différentes et dans la fourniture et la consommation de services et de produits culturellement différents"*. Il importe également de souligner le lien qui unit la notion de diversité culturelle à la liberté d'expression, de création, d'information ainsi qu'à la liberté des médias.

### **Garantir**

Comment garantir le respect de la diversité culturelle dans les futurs accords sur le commerce ? A supposer que l'on puisse s'entendre sur un concept commun de la diversité culturelle, l'étape suivante, sans doute plus difficile encore, consistera à garantir le respect de cette diversité culturelle dans les futurs accords commerciaux.

S'il existait déjà, pour la diversité culturelle, des normes juridiques reconnues dans le monde entier, on pourrait tout naturellement les intégrer ou en faire état dans un futur accord sur le commerce. Dans ce sens, les aspects culturels ne sont pas uniques : bien d'autres objectifs demandent à se mettre au diapason des règles commerciales, et l'on songe notamment à la protection de l'environnement, de la santé publique, des normes sociales minimum, etc. Dans le cas de la protection de la propriété intellectuelle, ce souci d'harmonisation a même conduit à un accord commercial spécial sur les droits de propriété intellectuelle liés au commerce : le TRIPS.

---

<sup>2</sup> Voir Diffusion 2001/2.

## **Incertitudes**

Résultat du cycle de l'Uruguay, les Etats membres de l'OMC, dans leur immense majorité, n'ont pris aucun engagement de libéralisation concernant les services audiovisuels dans l'accord général sur le commerce des services (GATS). Mais ne nous leurrions pas : les mesures de politique audiovisuelle et culturelle n'en sont pas assurées pour autant d'une sécurité juridique à long terme.

### *1. Une libéralisation progressive*

Certains pays comme les Etats Unis et le Japon attendent des engagements de libéralisation, dans le secteur audiovisuel, de la part de leurs partenaires commerciaux, ce qui correspond au principe général de libéralisation progressive prévue par le GATS.

### *2. Restrictions sur les subventions et la réglementation nationale*

Un certain nombre de règles horizontales du GATS s'appliquent aujourd'hui déjà aux services audiovisuels; c'est le cas notamment des obligations de transparence. Il est vrai que ces règles sont encore rudimentaires et ne créent pas vraiment d'obstacles à la politique audiovisuelle et culturelle. D'autres règles se préparent néanmoins, en particulier des disciplines multilatérales concernant les subventions et la réglementation nationale. Le financement public et la réglementation (y compris le système des licences) des services audiovisuels étant aujourd'hui probablement les principaux instruments de la politique culturelle, un conflit avec ces futures disciplines est presque inévitable.

### *3. Une nouvelle classification des services*

Sur la notion même de service audiovisuel planent de plus en plus d'incertitudes. La définition qu'en donne le GATS est assez large et devrait donc couvrir également de futurs services comme la vidéo et la musique fournies à la demande. Toutefois, ce n'est certainement pas par hasard que les Etats-Unis (dans leur communication de décembre 2000) remettent en cause la classification actuelle des services audiovisuels.

### *4. Les marchandises virtuelles*

Entre l'achat de logiciel sur un support matériel comme le CD ROM (ou l'achat de musique enregistrée sur un disque compact) et le téléchargement de ce genre de matériel sur Internet, il y a peu de différence. On pourrait donc dire que tout ce qui est téléchargeable sur un disque dur devrait être traité de la même manière que le logiciel fixé sur un support matériel.

Le problème qui se pose est que les défenseurs de la théorie des marchandises virtuelles "virtual goods" en concluent que toutes ces activités devraient être couvertes par le GATT et non par le GATS (au lieu d'en tirer la conclusion opposée). Ce raisonnement a des conséquences d'une portée considérable car, actuellement, l'accord GATT (sur les marchandises) établit un régime bien plus libéral que celui du GATS (sur le commerce des services). Dans le cadre du GATT, les Etats membres n'ont pas le même pouvoir de décider du degré d'ouverture des marchés, comparé à celui que leur donne le GATS. Les

tarifs sont peut-être le seul outil dont ils peuvent encore disposer (ce n'est toutefois pas courant dans le cas des logiciels). En dehors des difficultés que l'on peut rencontrer en voulant imposer des tarifs sur du matériel téléchargé par voie électronique sur l'Internet, la tarification de matériel importé n'est peut-être pas la solution la plus appropriée pour réaliser les objectifs de la politique audiovisuelle et culturelle. Le résultat serait une libéralisation du commerce, sans possibilités de sauvegardes appropriées.

Que signifie tout cela pour la télévision ? Non seulement la télévision numérique permettra-t-elle aux radiodiffuseurs de transmettre des applications interactives en même temps que les programmes de télévision, mais encore donnera-t-elle aux téléspectateurs la possibilité d'enregistrer les programmes audiovisuels (et les applications logicielles pertinentes) sur leurs décodeurs numériques. Comme c'est déjà le cas des enregistreurs vidéo personnels qui arrivent peu à peu sur le marché, les décodeurs numériques auront un jour un disque dur embarqué.

Qu'est-ce qui distinguera alors la réception d'un programme audiovisuel, du téléchargement de logiciel ? Faudra-t-il considérer les radiodiffuseurs comme des fournisseurs de marchandises virtuelles, au même titre que Microsoft ? Ou sera-t-il possible de continuer de poser en principe que le contenu audiovisuel ne peut être traité purement et simplement comme un produit commercial ?

---