

Culture, commerce et numérique

Négociations commerciales : le retour permanent de l'exception culturelle

Volume 8, numéro 4, mai 2013

Résumé analytique

La place des biens et services culturels et leur définition dans l'agenda des négociations de l'Accord de libre-échange entre les États-Unis et l'Union européenne, ainsi que la position ambiguë de la Commission européenne, suscitent une mobilisation très importante des milieux culturels européens. En premier lieu, face à la mutation numérique qui change radicalement le paysage des industries culturelles, une des priorités majeures de l'administration des États-Unis consiste actuellement à intégrer les services audiovisuels non-linéaires dans l'agenda des négociations des accords commerciaux. En deuxième lieu, en raison du double langage de la Commission européenne, à cheval entre une régulation économique de l'audiovisuel et la mise en place d'une politique européenne sur l'audiovisuel, ses rapports avec les groupes culturels européens reposent sur des soupçons qui persistent depuis le débat sur la directive Télévision sans Frontières en 1989 et la polémique autour de l'exception culturelle en 1993. En troisième lieu, pour son deuxième mandat à la tête des États-Unis, l'administration Obama est bien placée afin de stimuler l'ouverture ordonnée des marchés et de défendre la voie bilatérale ou multilatérale à la carte comme la meilleure tactique face au blocage persistant des négociations au sein de l'Organisation mondiale du commerce.

Table des matières

Négociations commerciales : le retour permanent de l'exception culturelle	2
Vers un redressement de l'industrie musicale?.....	5
Le numérique, source de la croissance des industries culturelles?	6
Légère croissance pour les principaux groupes TV privés d'Europe	7
Publications récentes	8

Négociations commerciales : le retour permanent de l'exception culturelle

La question de la place des biens et services culturels et leur définition dans les accords commerciaux préoccupent constamment les milieux culturels européens et suscitent des inquiétudes sur le risque d'une libéralisation du secteur audiovisuel à la suite des pressions de l'administration des États-Unis. Une mobilisation des groupes cinématographiques s'en est alors suivie autour de la façon d'aborder les industries culturelles dans les négociations à venir sur un Accord de libre-échange (ALE) entre les États-Unis et l'Union européenne (UE), mais aussi dans d'autres ALE en cours de négociation.

Mobilisation des milieux culturels en faveur de l'exception culturelle

Le 22 avril 2013, des cinéastes européens, emmenés par les réalisateurs belges Luc et Jean-Pierre Dardenne, ont lancé une pétition intitulée « L'exception culturelle n'est pas négociable ». Ils exigent de la Commission européenne l'exclusion explicite de l'audiovisuel et du cinéma des négociations d'un ALE entre l'UE et les États-Unis qui vont sans doute s'ouvrir à l'été 2013. Parmi les cinéastes, nous retrouvons des figures emblématiques du cinéma européen telles que l'Autrichien Michael Haneke, le Danois Thomas Vinterberg, l'Espagnol Pedro Almodovar, l'Italien Marco Bellocchio, les Français Michel Hazanavicius, Agnès Jaoui et Bernard Tavernier, ainsi que les Britanniques Ken Loach, Mike Leigh et Stephen Frears. À ceux-là s'ajoutent deux cinéastes importants du cinéma mondial, l'Américain David Lynch et la Néo-Zélandaise Jane Campion.

Dans leur pétition, les cinéastes soulignent que le 13 mars 2013, « la Commission européenne, sous l'impulsion du Commissaire Karel de Gucht, a décidé de piétiner l'exception culturelle en adoptant un projet de mandat de négociation qui intègre les services audiovisuels et cinématographiques aux discussions commerciales qui débiteront cet été avec les États-Unis ». Ils affirment que « l'Europe que nous aimons est celle qui a œuvré pour faire émerger la Convention de l'UNESCO de 2005 sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles », en ajoutant qu'avec l'adoption de ce mandat, « la Commission (à l'exception de trois commissaires qui ont voté contre) a renoncé à défendre l'exception culturelle. Elle s'est reniée et a renié les engagements qu'elle avait pris, n'hésitant pas à faire preuve d'une duplicité condamnable ». Enfin, les cinéastes craignent que face aux États-Unis, « la libéralisation de l'audiovisuel et du cinéma signifierait le démantèlement annoncé de tout ce qui a protégé, promu et développé la culture européenne », en exigeant alors des chefs d'États européens de se prononcer en faveur de l'exclusion des services audiovisuels et cinématographiques des négociations entre l'Europe et les États-Unis.

De leur côté, début avril 2013, les treize Coalitions européennes pour la diversité culturelle ont adressé une lettre au président de la Commission européenne, J. M. Barroso, en lui demandant de défendre le secteur culturel et audiovisuel européen et de respecter son engagement en faveur de la Convention sur la diversité des expressions culturelles.

D'ailleurs, la présidente de la Commission des Länder allemands, Malu Dreyer, a aussi adressé une lettre à la chancelière allemande, Angela Merkel, pour défendre l'exclusion de la culture et des médias du mandat de négociation de l'Europe. Rappelant dans son courrier qu'aux termes de la Loi Fondamentale allemande, ce sont les Länder qui ont compétence en matière de politique culturelle et médiatique, M. Dreyer affirme qu'« un accord de libre-échange n'incluant pas d'exception pour la culture et les médias pourrait rendre à l'avenir encore plus difficile, voire impossible, le soutien financier à la culture et à l'audiovisuel public ».

Enfin, dans son courrier adressé au Président de la Coalition française pour la diversité culturelle, le 17 avril 2013, François Hollande a confirmé sa résolution à « s'opposer à l'inclusion de l'audiovisuel dans le mandat de la Commission européenne », ajoutant que « le soutien des milieux culturels européens est un relais indispensable ».

Commission européenne/Parlement européen : ambivalence et désapprobation

Mi-mars 2013, la Commission européenne a décidé d'inclure les services audiovisuels dans son projet de mandat pour les négociations commerciales entre l'UE et les États-Unis. Cette décision est prise à la suite d'une bataille interne, illustrant que le consensus dégagé n'est pas étendu. À cet égard, trois commissaires, à savoir Androulla Vassiliou, commissaire à la Culture; Michel Barnier, commissaire au Marché interne et aux Services; ainsi que Antonio Tajani, commissaire aux Transports, à l'Industrie et à l'Entrepreneuriat se sont publiquement prononcés contre l'inclusion de domaines sensibles tels que la culture et l'audiovisuel dans le mandat de la Commission. De leur côté, la majorité des commissaires a défendu l'argument selon lequel la Commission ne devrait pas exclure de nombreux secteurs commerciaux de son mandat, et ce, en vue de renforcer sa position de négociation face aux États-Unis et d'assurer un rapport de confiance et de réciprocité.

D'ailleurs, fin avril 2013, le commissaire européen en charge du Commerce, Karel De Gucht, a assuré que le mandat de la Commission ne va pas porter atteinte aux positions de l'UE et des États membres en faveur de la diversité culturelle et il s'agit alors de traiter l'audiovisuel comme un secteur « sensible ». Toutefois, sa position reste ambiguë et peu rassurante, dans la mesure où, pour l'instant, il ne s'est pas encore explicitement prononcé en faveur de l'exclusion totale et horizontale de l'audiovisuel. En plus, Karel De Gucht a ajouté que dans les négociations, « (l')Europe ne va pas seulement défendre et protéger son secteur culturel », mais elle devrait assurer que le secteur de l'audiovisuel et des médias aura « l'opportunité » d'affronter les innovations futures et les défis numériques. Sa position reste alors peu précise et laisse ouverte la possibilité de l'inclusion des services audiovisuels non-linéaires dans l'agenda des négociations. Cela signifierait que les services de télévision et de cinéma en ligne ne pourraient être ni réglementés ni financés sur fonds publics, ni même soumis à des restrictions publicitaires (voir aussi la Chronique d'avril et l'article d'Yvon Thiec sur les négociations commerciales entre l'UE et les États-Unis).

De plus, le 25 avril, la commission du Commerce international du Parlement européen a adopté une résolution où elle demande que le mandat de négociation inclut les marchés publics et les services financiers, mais exclut les services culturels et audiovisuels, notamment ceux en ligne. Rappelons que tandis que la plupart des amendements du rapporteur portugais Chair Vital

Moreira (Groupe Socialistes et Démocrates) sont rejetés par la majorité des eurodéputés, l'amendement relatif à l'exclusion de l'audiovisuel est adopté par 14 voix contre 11 et cinq abstentions. D'ailleurs, la résolution est adoptée par 23 voix contre cinq et une abstention. Dans leur résolution, les parlementaires demandent également que soit garantie la protection de « domaines de droits de propriété intellectuelle clairement définis, comme la protection des indications géographiques » ainsi qu' « un niveau élevé de protection des données personnelles ». Rappelons que le 14 juin 2013, le projet de mandat de la Commission européenne sera soumis à l'approbation des États membres au sein du Conseil de l'UE.

Trois points à souligner

1. Dans le cadre de l'essor du numérique, une des priorités majeures de l'administration des États-Unis consiste actuellement à intégrer les services audiovisuels non-linéaires dans l'agenda des négociations des accords commerciaux. Dans le secteur de l'audiovisuel, les services non-linéaires correspondent à un service de média audiovisuel pour lequel l'utilisateur décide du moment où un programme spécifique est transmis sur la base d'un éventail de contenus sélectionnés par le fournisseur de services de médias (services de vidéo sur demande). Dans la mesure où l'administration des États-Unis considère que ces nouveaux services, dont l'expansion actuelle est fort considérable, s'intègrent dans les technologies de l'information et de la communication, elle vise à obtenir une libéralisation du secteur. Par conséquent, les autorités publiques pourraient pouvoir maintenir leur capacité réglementaire dans le secteur des services linéaires traditionnels (salles obscures, DVD, télévision traditionnelle), mais elles pourraient être dépourvues de la possibilité de mettre en place des mesures et des politiques relatives aux nouveaux services audiovisuels qui représentent l'avenir du secteur. Un exemple caractéristique est la société américaine *Netflix* qui propose des films en flux continu sur Internet ainsi que des locations de films par courrier. En 2013, le service comptait plus de 32 millions d'abonnés et a été lancé aux États-Unis, au Canada, au Mexique, au Royaume-Uni, en Irlande, en Suède, en Finlande, au Danemark et en Norvège.

2. Le discours de la Commission européenne suscite de l'incertitude et de la méfiance au sein des gouvernements nationaux et des milieux culturels européens. En raison de son double langage à cheval entre une régulation économique de l'audiovisuel et la mise en place d'une politique européenne sur l'audiovisuel, les rapports entre la Commission et les groupes culturels européens reposent sur des soupçons qui persistent depuis le débat sur la directive Télévision sans Frontières en 1989 et la polémique autour de l'exception culturelle en 1993 jusqu'à l'inclusion des protocoles de coopération culturelle dans l'agenda des accords bilatéraux de libre-échange. Rappelons que mi-octobre 2012 les professionnels français et européens du cinéma ont lancé un manifeste en faveur d'une exception culturelle numérique, dénonçant fortement les pratiques de la Commission dans le paysage cinématographique. La polémique tient des réticences de la Commission à valider la taxe française sur les distributeurs de services de télévision. Les professionnels français et européens du cinéma considèrent que les fournisseurs d'accès à Internet (FAI) doivent s'intégrer dans le modèle de financement du cinéma, au même titre que les autres diffuseurs comme la télévision traditionnelle, les exploitants, etc. En revanche, pour la Commission, la réforme française qui prévoyait de taxer l'intégralité des revenus des FAI est contraire à la directive télécoms de 2002 et, en effet, les activités des télécoms ne doivent pas être soumises à des contributions en faveur du cinéma et de l'audiovisuel.

3. Comme en témoignent le lancement imminent des négociations entre les États-Unis et l'UE et des négociations plurilatérales sur les services, ainsi que les négociations en cours sur un accord transpacifique, l'administration Obama cherche actuellement à stimuler l'ouverture ordonnée des marchés et à défendre la voie multilatérale à la carte comme la meilleure tactique en vue de favoriser les intérêts commerciaux du pays, l'expansion des exportations, ainsi que le rehaussement de l'emploi dans l'espace national. Il s'avère que le blocage persistant des négociations au sein de l'Organisation mondiale du commerce ne correspond pas au déploiement global des acteurs économiques les plus dynamiques et influents. Par ailleurs, le caractère éclectique des négociations menées par les États-Unis offre davantage d'autonomie et de marge de manœuvre aux négociateurs face aux lourdeurs d'une institution internationale. Il s'agit de permettre notamment aux grandes puissances économiques d'aller beaucoup plus loin sur le plan du contenu et des disciplines commerciales et de marginaliser d'autres pays comme le Brésil, la Chine et l'Inde qui ne participent pas aux négociations. Cependant, comme dans le cas de l'Accord commercial anti-contrefaçon (ACTA), il est probable que les accords manquent de légitimité et d'autorité afin d'assurer la mise en œuvre efficace de leurs dispositions. En outre, la stratégie menée par les États-Unis fournit une image de dispersion et de confusion du système commercial dans lequel chacun trouve dans les accords commerciaux à la carte ce qui lui convient.

Sources :

« European Parliament Trade Committee Backs Cultural Exclusion from EU-US FTA », Intellectual Property Watch, 26 avril 2013.

« EU Commission Attempts to Calm French Fears Over Audiovisual Services », Inside US Trade, 25 avril 2013.

« After Internal Battle, Commission Includes AV Services in Draft Mandate », Inside US Trade, 21 mars 2013.

Pétition des cinéastes européens, « L'exception culturelle n'est pas négociable », 18 avril 2013, disponible sur : <https://www.lapetition.be/en-ligne/The-cultural-exception-is-non-negotiable-12826.html>.

« Les Länder allemands inquiets des négociations commerciales UE/États-Unis », Coalition française pour la diversité culturelle, 26 avril 2013, disponible sur : <http://www.coalitionfrancaise.org/?p=1319>.

Vers un redressement de l'industrie musicale?

Selon les estimations de la Fédération internationale de l'industrie phonographique (IFPI), les ventes mondiales de l'industrie musicale ont progressé de 0.3 % en 2012, atteignant 16.5 milliards de dollars. Même si l'augmentation est très faible, ce chiffre est exceptionnel pour l'industrie musicale puisque, depuis 1999, ses revenus affichent une diminution constante, de 40 % au total. En 1999, le chiffre d'affaires global de l'industrie de la musique culminait à plus de 28 milliards de dollars et a quasiment diminué de moitié en valeur au bout de treize ans. En 2012, la progression s'explique surtout par la hausse importante de 9 % des ventes de musique numérique qui représentent dorénavant 34 % des revenus globaux de l'industrie musicale, soit 5.6 milliards de dollars contre 4.4 en 2008. D'ailleurs, en 2012, les ventes physiques représentent 58 % des revenus globaux et les concerts 8 %. En plus, en 2012, aux États-Unis, en Allemagne, au Japon et au Royaume-Uni, les ventes numériques passent surtout par le téléchargement avec une société dominante : Apple et sa plateforme de vente iTunes. En revanche, en Suède, en Corée du Sud et en France, les ventes numériques passent par le streaming musical, l'autre méthode légale d'écouter de la musique en ligne.

À l'échelle mondiale, les téléchargements légaux ont augmenté de 12 % en volume en 2012 et pèsent pour 70 % dans les revenus numériques musicaux. D'ailleurs, dans le modèle du streaming, lancé en 2008, la société suédoise *Spotify* domine le classement mondial avec une croissance de 100 % de son chiffre d'affaires (500 millions d'euros en 2012), suivi par la société française, *Deezer*, avec une progression de 23 %. Selon l'IFPI, le nombre de personnes payant un abonnement à des services musicaux numériques est en progression de 44 %, enregistrant 20 millions de personnes en 2012. Enfin, remarquons que la progression de l'industrie musicale repose notamment sur les marchés très dynamiques de la Suède et de la Norvège, ainsi que sur l'expansion des marchés des puissances émergentes, comme l'Inde, la Russie et le Brésil. En revanche, pour la plupart des pays développés, le marché reste en recul, comme en France avec un recul de 4.4 % en 2012.

Sources : « IFPI Digital Music Report 2013 », disponible sur : <http://www.ifpi.org/content/library/DMR2013.pdf>; « L'industrie musicale retrouve un peu de souffle », *Le Monde*, 27 février 2013.

Le numérique, source de la croissance des industries culturelles?

Commandée par Google au cabinet de conseil *Booz & Company*, l'étude « The Digital Future of Creative Europe » met en lumière l'impact de la transition numérique et d'Internet sur le secteur des industries culturelles en Europe. L'enquête concerne la période 2001-2011 dans les 27 pays de l'UE avec une attention particulière sur six pays : Allemagne, France, Espagne, Italie, Pologne et Royaume-Uni. En plus, l'étude se concentre sur cinq secteurs : le cinéma et la télévision, la presse (journaux et magazines), l'édition des livres, la musique ainsi que les jeux électroniques.

L'objectif de l'étude consiste à examiner de façon exhaustive l'idée selon laquelle les médias numériques et la culture de la gratuité ont abouti « à un ralentissement de la croissance et à la suppression de plusieurs emplois ». L'étude aboutit alors à une conclusion majeure : « la plus grande partie de la croissance générée aujourd'hui par le secteur des industries culturelles provient du numérique ». Alors que la part non numérique des activités culturelles souffre de stagnation, « le numérique se développe, offrant une croissance annuelle de 2 % pour tout le secteur des industries culturelles en Europe ». Selon l'étude, les médias numériques constituent le moteur de la croissance enregistrée par les industries culturelles en Europe avec 30 milliards d'euros de revenus additionnels en 2011 comparativement à 2001. D'ailleurs, le nombre total d'emplois dans le secteur des industries culturelles en Europe est resté constant à 1.2 million au total.

Selon l'étude, plus de 70 % de tous les habitants de l'UE utilisaient Internet en 2011 contre 32 % en 2001. En 2011, l'utilisation d'Internet a atteint 93 % en Suède, 91 % aux Pays Bas, 90 % au Danemark et 85 % au Royaume-Uni contre 54 % en Italie et 62 % en Pologne. D'ailleurs, l'étude mentionne que sur les 6.8 heures par jour environ dont dispose le consommateur européen pour des activités autres que le travail, les repas, le sommeil et les corvées ménagères, plus de 60 % de ce temps est consacré à la consommation de produits fournis par les industries culturelles.

De 2001 à 2011, le taux de croissance annuel des industries culturelles en Europe a atteint 2 %, légèrement en-deçà du taux de croissance du PIB général. D'un côté, les secteurs de la presse (-1.1 %) et de la musique (-2.9 %) affichent des taux de croissance négatifs au cours des dix dernières années, alors que les secteurs des jeux (+ 11.3 %), du cinéma et de la télévision (+ 4.0 %) ont dépassé le niveau de croissance du PIB. Le secteur de l'édition de livres n'a connu qu'une légère croissance au cours des 10 dernières années. Par ailleurs, rappelons que le secteur du cinéma et de la télévision représente presque 50 % du revenu total des industries culturelles en Europe. L'étude souligne que la principale source de croissance de ce secteur est « l'augmentation des revenus liés aux abonnements, y compris ceux issus du câble et de la télévision numérique terrestre ». En revanche, dans le secteur de la musique, depuis 2001, la vente de disques (numérique et physique) a perdu 50 % de ses revenus totaux et les ventes physiques de disques en 2011 ont seulement atteint 40 % du niveau de 2001.

Sources : Booz & Company, « The Digital Future of Creative Europe : The Economic Impact of Digitization and the Internet on the Creative Sector in Europe », mars 2013, disponible sur : <http://www.booz.com/global/home/what-we-think/reports-white-papers/article-display/digital-future-creative-europe>; Nicolas Vaquier, « Le numérique, unique moteur de croissance des industries créatives? », INA Global, 4 avril 2013.

Légère croissance pour les principaux groupes TV privés d'Europe

Selon l'Observatoire européen de l'audiovisuel, en 2012, les vingt principales entreprises de télévision d'Europe – dont douze groupes essentiellement actifs dans le domaine de la télévision et huit groupes principalement financés par la publicité - ont connu une croissance interne de 2.1 %. Soulignons que les activités des groupes de télévision à péage incluent la distribution de bouquets de télévision et la fourniture de leurs propres chaînes thématiques ainsi que de services audiovisuels à la demande, alors que les groupes essentiellement financés par la publicité gèrent des chaînes généralistes gratuites et sont aussi diversifiés dans la fourniture de chaînes thématiques payantes ou gratuites. Dans les dix premiers groupes, nous retrouvons British Sky Broadcasting Ltd avec des revenus de 8.5 millions EUR en 2012, suivi par Liberty Global Inc. (7.8 millions EUR), RTL Group (5.9 millions EUR), Vivendi (Groupe Canal Plus) (5.01 millions EUR), ainsi que Gruppo Mediaset (3.7 millions EUR). Deux groupes allemands et un groupe polonais affichent l'augmentation la plus considérable : Cyfrowy Polsat (+26.9 %), Sky Deutschland (+17.1 %) et Kabel Deutschland (+ 8.3 %), alors qu'un groupe italien, un groupe tchèque et un groupe espagnol enregistrent la baisse la plus importante : Gruppo Mediaset (- 12.5 %), Central European Media Entreprises (- 12.4 %) et Antenna 3 S.A. (- 7.9 %).

Plus spécifiquement, les groupes de télévision à péage ont enregistré une croissance interne globale de 3.9 % en 2012, tandis que les recettes des groupes essentiellement financés par la publicité ont diminué de 0.9 %. Enfin, les sept groupes principalement contrôlés par des actionnaires américains représentent 43.8 % du total et ont affiché un taux de croissance interne plus élevé (+ 2.9 %).

Sources : Observatoire européen de l'audiovisuel, « Les principaux groupes TV privés d'Europe ont enregistré une légère croissance globale en 2012 », Communiqué de presse, 19 avril 2013.

Publications récentes

Luciana Lazzeretti (dir.), *Creative Industries and Innovation in Europe: Concepts, Measures and Comparative Case Studies*, Londres et New York: Routledge, 2013.

L'ouvrage réunit plusieurs contributions multidisciplinaires en vue d'examiner la créativité européenne dans toutes ses dimensions, avec une attention plus particulière sur les industries culturelles et créatives et les innovations qui dominent le secteur. L'ouvrage pose une question claire : comment définir et identifier les industries culturelles et créatives en Europe et comment ces dernières contribuent à l'innovation et au développement durable?

Laikwan Pang, *Creativity and its Discontents: China's Creative Industries and Intellectual Property Rights Offenses*, Durham: Duke University Press, 2012.

Dans une perspective originale, l'auteur cherche à élaborer une critique du système des droits de propriété intellectuelle sur lesquels repose l'économie créative. L'auteur souligne que l'économie créative pour laquelle la créativité est un élément individuel qui doit être protégé et commercialisé en tant que propriété – renvoie à une intensification de la modernité occidentale et du système capitaliste et elle est très éloignée des aspects fondamentaux de la culture chinoise. Dans la même veine, l'ouvrage explore la façon dont la Chine doit s'intégrer dans une économie créative mondiale suite à l'avènement de la globalisation économique et s'adapter au système des droits de propriété intellectuelle.

Steven J. Ross, *Hollywood Left and Right: How Movie Stars Shaped American Politics*, Oxford et New York: Oxford University Press, 2011.

L'ouvrage a comme objectif de présenter une lecture originale de la politique américaine du 20^{ème} siècle à travers l'influence des stars hollywoodiennes. Il s'agit alors de se concentrer sur des figures emblématiques du star-system hollywoodien comme Charlie Chaplin, Louis Mayer, Harry Belafonte, Jane Fonda, Warren Beatty, Ronald Reagan ou Arnold Schwarzenegger et de mettre en lumière la façon dont Hollywood est devenu un centre vital de la politique américaine. L'auteur aboutit d'ailleurs à une conclusion originale : alors que les acteurs hollywoodiens de gauche sont largement plus visibles, ce sont des acteurs issus de la droite qui ont occupé des postes politiques, comme George Murphy (sénateur), Arnold Schwarzenegger (Gouverneur en Californie) ou Ronald Reagan (Président).

Kristin Roth-Ey, *Moscow Prime Time: How the Soviet Union Built the Media Empire that Lost the Cultural Cold War*, Ithaca et Londres: Cornell University Press, 2011.

L'ouvrage cherche à mettre en lumière le développement des médias soviétiques de la fin de la Seconde Guerre mondiale aux années 1970, leurs transformations, ainsi que l'influence séductrice de la culture occidentale. L'ouvrage se concentre notamment sur le développement de l'industrie cinématographique, de la télévision et de la radio.

Jean Sarzana, *Impressions numériques : quels futurs pour le livre?*, Paris : Les Éditions du Cerf, 2011.

L'ouvrage montre en quoi le numérique représente pour l'œuvre un changement non de degré, mais de nature et souligne que l'utilisation massive du numérique produit des effets sur les acteurs actuels de l'édition, sur les pratiques de lecture, et surtout sur le lecteur.

Direction

Gilbert Gagné, chercheur au CEIM
et directeur du Groupe de recherche
sur l'intégration continentale (GRIC).

Rédaction

Antonios Vlassis, docteur en Sciences
Politiques, agent de recherche
et membre associé au CEIM.

Abonnez-vous

[À la liste de diffusion](#) 

[Au fil RSS](#) 

[Lisez toutes les chroniques](#) 



Organisation internationale de la francophonie

Administration et coopération :
19-21 avenue Bosquet
75007 Paris (France)

Téléphone : (33) 1 44 37 33 00
Télécopieur : (33) 1 45 79 14 98
Site web : www.francophonie.org

Centre d'études sur l'intégration et la mondialisation

Adresse civique :

UQAM, 400, rue Sainte-Catherine Est
Pavillon Hubert-Aquin, bureau A-1560
Montréal (Québec) H2L 2C5 CANADA

Adresse postale :

Université du Québec à Montréal
Case postale 8888, succ. Centre-Ville
Montréal (Québec) H3C 3P8 CANADA

Téléphone : 514 987-3000, poste 3910

Télécopieur : 514 987-0397

Courriel : ceim@uqam.ca

Site web : www.ceim.uqam.ca



La Chronique des industries culturelles est
réalisée par le Centre d'études sur l'intégration
et la mondialisation pour l'Organisation
internationale de la Francophonie.

Les opinions exprimées et les arguments
avancés dans ce bulletin demeurent sous
l'entière responsabilité du rédacteur ainsi que
du Centre d'études sur l'intégration et la
mondialisation et n'engagent en rien ni ne
reflètent ceux de l'Organisation internationale
de la Francophonie.