

POLITIQUE

COMMERCIALE DE L'UE

Les services audiovisuels sont traditionnellement soustraits à tout engagement de libre échange des accords bilatéraux et multilatéraux passés par l'UE afin de permettre à l'Union, comme à ses États membres, de modeler, préserver et développer leur secteur audiovisuel.

Alors que le secteur est transformé par la convergence des médias, il est primordial que l'audiovisuel continue à être exclu des négociations relatives au Partenariat transatlantique de commerce et d'investissement (TTIP), ainsi que de tout engagement dans le cadre des autres négociations commerciales en cours.

Une approche spécifique pour la culture européenne

L'approche spécifique de l'Europe concernant son secteur audiovisuel s'inscrit dans le cadre d'un éventail de politiques visant à protéger et encourager la diversité culturelle et linguistique, ainsi que le pluralisme des médias. La diversité culturelle et linguistique des États membres est protégée par le Traité de Lisbonne et la Convention de l'UNESCO sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles de 2005. Ces deux instruments reconnaissent le droit souverain des États de formuler et mettre en œuvre leurs propres politiques culturelles.

Préserver le modèle audiovisuel européen

Le secteur audiovisuel européen est très diversifié, prospère et créateur de richesse pour l'Europe. Avec plus d'un million d'emplois, ce secteur représentait en 2011 20 % du marché audiovisuel mondial. Le marché européen de la télévision est en outre le deuxième plus important au monde, derrière celui des États-Unis.

Le secteur européen de l'audiovisuel s'appuie largement sur des systèmes réglementaires ainsi que sur des mécanismes de soutien financier, mis en place aux niveaux européen et national. Dans l'UE, des obligations spécifiques s'imposent aux fournisseurs de services audiovisuels, qui garantissent par exemple l'accès de tous les citoyens aux actualités ou aux événements présentant une importance majeure pour la société. Les règles européennes favorisent également la distribution et la production des œuvres audiovisuelles européennes.

L'exclusion audiovisuelle comme garantie des politiques culturelles de l'Union et de ses États membres

Dans le cadre de ses négociations commerciales, l'UE a systématiquement appliqué un mandat qui garantit que l'Union et ses États membres restent libres de définir leurs propres politiques culturelles et audiovisuelles, conformément aux traités de l'UE et de la Convention UNESCO sur la diversité culturelle. Pour ce faire, elle n'a pas pris d'engagements concernant les services audiovisuels (« carve out ») et a obtenu pour le secteur des exemptions au titre de la clause de la nation la plus favorisée.

Par conséquent, le mandat de négociation de l'UE relatif au TTIP exclut les services audiovisuels. Cependant, deux facteurs risquent de compliquer la pleine transposition de cette exclusion dans l'accord final : d'une part, la nature à la fois approfondie et exhaustive de ces pourparlers commerciaux, qui tendent vers une convergence réglementaire des deux côtés de l'Atlantique ; de l'autre, l'accélération de la convergence technologique dans le domaine des services de médias.

La convergence réglementaire risque de peser sur l'approche de l'UE en matière de politique audiovisuelle

Avec le TTIP, l'UE et les États-Unis entendent aller au-delà des mesures habituelles de libre-échange comme la suppression des droits de douane. Ces négociations visent à faciliter les échanges commerciaux notamment en rapprochant les règles et normes en vigueur sur chaque continent. Or les traditions, approches et concepts sont très différents des deux côtés de l'Atlantique en ce qui concerne les politiques et la réglementation sur l'audiovisuel et, plus généralement, les politiques visant à protéger et promouvoir la diversité culturelle et linguistique, ainsi que le pluralisme des médias.

L'objectif de convergence réglementaire risque d'aller à l'encontre de la capacité de l'Europe à définir en toute indépendance ses propres approches en la matière, notamment eu égard aux mesures de politique audiovisuelle.

La priorité doit être de renforcer le marché audiovisuel européen

De par sa taille et son uniformité, le marché américain peut réaliser des économies d'échelle importantes et mobiliser des capacités d'investissement considérables au regard de l'UE. En 2011, la part de marché moyenne des films américains dans l'UE atteignait 61,4%. L'Europe doit s'atteler en priorité à renforcer le marché intérieur et sa diversité culturelle, plutôt qu'à l'ouvrir encore davantage à une industrie américaine qui, de par sa taille et son uniformité linguistique, bénéficie d'avantages disproportionnés.

Une référence aux services audiovisuels qui résiste à l'épreuve du temps

Il est crucial que l'exclusion des services audiovisuels dans le contexte des négociations commerciales menées par l'UE englobe tous les services audiovisuels, quels que soient la plateforme ou le mode de distribution. Les offres d'accès associant services de télécommunications et de télévision sont désormais monnaie courante des deux côtés de l'Atlantique. Dans ce contexte, les services électroniques donnant accès aux programmes audiovisuels risquent d'être considérés uniquement comme des services de télécommunications dans le cadre des négociations commerciales. Or, il faut absolument éviter une telle libéralisation à la dérobée des services audiovisuels.

Une approche de liste positive par souci de clarté

Pour que les engagements soient clairs, l'accord devrait suivre une approche dite de « liste positive », selon laquelle les services visés par la libéralisation sont indiqués et répertoriés de manière explicite et exhaustive. Une approche de « liste négative » risque en effet de créer de l'incertitude quant à la portée exacte des services couverts par les engagements en matière de libéralisation du commerce.

Il est primordial que l'UE et ses États membres conservent leur capacité à préserver et développer leurs politiques audiovisuelles et à les exclure de tout engagement pris dans le cadre de l'accord, conformément au mandat de négociation du TTIP. En application de ce mandat, l'exclusion des services audiovisuels doit être complète et résistante à l'épreuve du temps.

Etat des lieux dans l'UE

Une fois conclues les négociations relatives à un accord commercial, le projet d'accord est soumis au Parlement européen pour décision à la majorité simple, puis au Conseil pour approbation. Lorsque certaines dispositions risquent de porter atteinte à la diversité culturelle, l'unanimité des États membres de l'UE est requise.

Parallèlement aux négociations en cours relatives au TTIP, la Commission européenne négocie également plusieurs autres accords, parmi lesquels l'Accord sur le commerce des services.