

## ÉDITORIAL

*Les échanges internationaux portent, à concurrence de près de 80 %, sur les biens industriels alors que les services au sens large représentent près de 70 % de l'activité et de l'emploi dans nombre de pays. Mais, même si l'écart précédent n'est pas près d'être comblé, la mondialisation a une composante immatérielle croissante, gagnant l'ensemble de la sphère culturelle.*

*Le rapport qui suit dresse d'abord l'état des lieux. Pour beaucoup de services culturels, la mondialisation est avant tout une « américanisation », tant la hiérarchie et les parts de marché jouent en faveur des États-Unis. Mais, parmi les pays européens, la France s'en sort plutôt bien, ou dans un autre ordre de référence, de la pharmacie.*

*Des propositions faites, on retiendra tout spécialement celle suggérant qu'après un délai raisonnable, un livre puisse être numérisé et téléchargeable et proposant un financement pour couvrir le manque à gagner des éditeurs et des acteurs.*

**Christian de Boissieu**

**n° 4/2008**

AOÛT 2008

## La mondialisation immatérielle

**Rapport de Daniel Cohen et Thierry Verdier**

*La mondialisation est partout. Des logiciels aux séries télévisuelles, du hamburger au jeans, elle « se montre » sous un jour immatériel et abstrait. Elle diffuse idées, innovations et symboles que les statistiques peinent à saisir. Son côté latent engendre aussi des inquiétudes sur la préservation de nos modes de vie et référents culturels. Une grande majorité des français trouve par ailleurs excessive l'influence américaine dans le domaine des industries culturelles. Ces craintes et les réactions politiques qui en découlent peuvent mettre en danger le processus d'ouverture internationale et les gains qui y sont associés. Ce rapport œuvre à une meilleure compréhension des aspects immatériels de la mondialisation.*

*Ce rapport a été présenté à Christine Albanel, ministre de la Culture et de la Communication, le 23 mai 2008, dans le cadre d'une séance plénière du CAE. Il a également fait l'objet d'une présentation au cabinet d'Éric Besson, secrétaire d'État chargé de la Prospective, de l'Évaluation des politiques publiques et du Développement de l'économie numérique. Cette lettre, publiée sous la responsabilité de la cellule permanente, en retrace les analyses et en expose les principales conclusions.*

Le groupe de travail du CAE dirigé par Daniel Cohen et Thierry Verdier a d'abord cherché à produire des statistiques qui permettent de mieux saisir la réalité de la mondialisation dans le domaine des biens immatériels. Il en ressort que la part des œuvres étrangères s'élève à 20 % pour l'édition (40 % pour le roman), 25 % pour le « prime time » télévisuel, 30 % pour la pharmacie européenne (60 % pour la pharmacie française), 30 % pour les services informatiques, 33 % pour la musique, 60 % pour le cinéma et 70 % pour les logiciels. Ainsi, la France est certes ouverte aux échanges internationaux de biens immatériels, mais pas autant qu'on pourrait le penser. Le cinéma et le logiciel (Hollywood et Microsoft) sont deux cas extrêmes, où l'ouverture excède 60 %. Les autres domaines manifestent des taux moyens environ deux fois moindres. Mais à la différence du commerce de biens, l'essentiel des importations de biens immatériels vient des pays anglo-saxons, États-Unis en tête.

### Mondialisation et américanisation

Dans chacun des secteurs à forte composante immatérielle, une même image apparaît. Les producteurs nationaux sont souvent majoritaires, représentant en moyenne les deux tiers de la production nationale, à deux exceptions majeures près, le logiciel et le cinéma. Le tiers importé est très largement anglo-saxon. Cette prédominance s'explique par des considérations économiques et culturelles.

Les explications économiques tiennent au fait que les firmes américaines disposent d'un grand marché intérieur, quasi-imperméable aux importations étrangères. Ceci leur permet d'amortir les coûts fixes d'innovation et de conception, et facilite la concurrence par les prix à l'étranger. Le fait que le marché américain de la pharmacie représente 50 % du marché mondial a une incidence directe sur la force de frappe des laboratoires américains. Le fait que le marché américain soit important n'est pourtant pas un fait « exogène ». Les médicaments y sont plus

chers, ce qui rend les laboratoires plus profitables. Et si la politique française parvient à imposer des prix plus bas, c'est en partie pour cette raison même...

L'explication culturelle est plus complexe. Les États-Unis semblent avoir acquis, grâce au cinéma et la télévision, une clé d'entrée dans l'imaginaire français qui leur donne un pouvoir de séduction inégalable. L'importance des livres traduits des États-Unis, alors même que l'édition n'est pas un secteur où les avantages économiques sont considérables, pourrait en témoigner. En toute hypothèse, l'image qui est donnée par les différents compartiments de l'industrie culturelle est convergente : la « mondialisation » se résume pour l'essentiel à une concurrence entre les productions nationales, qui restent majoritaires, et les productions américaines.

La situation de l'industrie culturelle est à cet égard identique à celle qui prévaut dans les autres domaines intensifs en immatériels. C'est moins la menace que la mondialisation fait planer sur la production nationale qui est à signaler que le fait d'une mondialisation qui se résume à des importations en provenance des États-Unis. L'Europe, pas davantage que le reste du monde, ne parvient à créer de la « diversité », qu'elle soit culturelle ou technologique. L'Europe de la culture, des idées, de l'immatériel, reste à construire.

On ne peut toutefois exclure également que cette prééminence américaine en matière d'importations doive en partie aux instruments de politique économique utilisée en France. Dans l'informatique, comme pour la pharmacie, la France est déchirée entre la situation de « passager clandestin » et celle d'innovateur. Elle utilise les connaissances produites ailleurs, mais hésite à les produire elle-même. Le très bon niveau des services informatiques, qui utilisent les toutes dernières connais-

ces, est ici à comparer aux performances moins brillantes de l'industrie du logiciel. Dans le cas des industries culturelles, les quotas de diffusion à la télévision jouent sans doute un rôle également, et tendent à figer la structure duopoliste de producteurs nationaux et de productions américaines, au détriment de la diversité culturelle recherchée.

### Les échanges internationaux de services

La première difficulté à laquelle on se heurte lorsqu'on s'intéresse à la mondialisation immatérielle consiste à définir le champ d'analyse. Traditionnellement, on oppose les biens (matériels) et les services (non matériels). Mais cette distinction est devenue de plus en plus floue. Il existe, en effet, des activités classées dans les services, qui présentent pourtant plusieurs caractéristiques des biens. C'est le cas, par exemple, des programmes informatiques, des films, de la musique enregistrée, etc. qui sont souvent stockés sur des supports physiques et peuvent donc être commercialisés comme des biens ordinaires.

Le second problème est celui de la mesure. En effet, contrairement aux échanges de biens, les échanges internationaux de services ne se mesurent pas uniquement par les flux enregistrés dans le compte des transactions courantes des balances des paiements. Ce dernier ne prend en compte que la fourniture transfrontalière (lorsque le service lui-même franchit les frontières) et les consommations à l'étranger de services. En revanche, lorsque un fournisseur de service implante durablement un bureau ou une filiale à l'étranger ou se déplace physiquement, alors les ventes de services n'apparaissent pas dans le compte des transactions courantes.

Dans la balance des paiements française, les échanges

de service (hors voyages) s'élevaient, en 2005, à 60 milliards d'euros, à l'importation comme à l'exportation. Trois postes méritent d'être isolés. Le sous-ensemble redevances et droits de licences, qui a rapporté 5 milliards d'euros en exportation, et coûté 2,5 milliards en importation. Les services d'informatiques et d'information, qui ont pour leur part représentés 1,4 milliard de recettes et de dépenses, poste à l'équilibre. Les services audio-visuels et annexes, enfin, qui ont représenté 1,1 milliard de recettes et 1,5 milliard de dépenses, traduisant donc une importation nette.

Pour Isabelle Bensidoun et Deniz Ünal-Kesenci, aussi importants soient-ils, ces chiffres sous-estiment les flux internationaux de services. Et il convient d'ajouter à ces chiffres les échanges de services qui correspondent à la présence commerciale d'un prestataire de service dans le pays hôte, consommateur du service (mode 3 de la fourniture de services dans la dénomination du GATS). Ce point est loin d'être négligeable : en France, les trois quarts environ des flux internationaux de services sont effectués sous ce mode.

### Considérations générales de politiques économiques

L'économie de l'immatériel se caractérise par des rendements croissants importants, des externalités statiques et dynamiques dues à des effets de réseaux, une logique de « winner-take-all », des effets taille, et des situations d'oligopoles dominants. Ces traits appellent naturellement à poser la question de la pertinence de politiques publiques spécifiques au niveau national, régional ou global.

D'un point de vue normatif, la question posée est quel est le mode optimal de tarification de ces biens ? Au niveau strictement théorique, la réponse est sans ambiguïté. Le

paiement à l'acte est le pire des systèmes car il conduit les consommateurs à se rationner inutilement. Une fois créé, un bien immatériel peut en effet être consommé par autant de consommateurs qu'il s'en présentera, sans coût additionnel. Tout ce qui peut rapprocher d'un paiement forfaitaire est meilleur. Or, jusqu'à présent, les industries culturelles ont privilégié le paiement à l'acte. Un livre, un CD ou un DVD sont l'enveloppe physique qui oblige le consommateur à individualiser sa commande. Comme le dit très finement Olivier Bomsel, on paie le « signifiant » pour accéder au « signifié ». Or c'est cette enveloppe physique qui coûte le plus cher. La part de l'auteur et de son éditeur n'excède pas le quart de la valeur totale.

Le numérique bouleverse le modèle précédent, car il rend possible une dématérialisation totale du bien consommé, le privant de son enveloppe. C'est la raison pour laquelle il bouleverse les principes de tarification des biens. Pour les industries culturelles dont le *business model* est indissociable d'un paiement à l'acte, celui de l'enveloppe physique, c'est évidemment une révolution (radio et télévision étant l'exception).

### L'édition

Le livre semble à ce jour mieux résister à l'intrusion du numérique que la musique. Les ventes de romans, de beaux livres, de manuels ne fléchissent pas ou peu. Pourquoi ? On peut donner plusieurs raisons, mais la plus simple est que l'unité entre le signifié et le signifiant résiste à l'usure du temps. Acheter un livre, sans même attendre qu'il paraisse en poche, est une source de plaisir qui ne se tarit pas : le plaisir du papier demeure, tout comme celui de se rendre dans une librairie ou de le garder ensuite dans une bibliothèque.

Françoise Benhamou relève que, malgré ce rapport privilégié à l'objet-livre, des pans

entiers de l'édition sont appelés à basculer dans l'univers numérique. Le monde des livres est notamment secoué par la bibliothèque universelle de Google, qui propose de numériser les grands livres passés dans le domaine public, et des extraits des livres encore protégés. Deux constats doivent être faits. Le premier est que nombre de classiques sont, de fait, déjà numérisés et il ne semble pas que les ventes de livres de poche en souffrent, ce qui confirme l'attraction pour l'objet-livre. Le second est que l'écrasante majorité des livres qui ne sont pas encore dans le domaine public dorment dans les nuits profondes de l'oubli.

**Proposition 1.** On pourrait considérer qu'après dix ans, un livre puisse être numérisé et téléchargeable (sous réserve des accords des ayants droit). Le manque à gagner, *a priori* faible, serait reversé, par le ministère de la Culture, aux éditeurs et aux auteurs au prorata des téléchargements ou des ventes effectives des dix premières années.

## La musique

Mesurer la mondialisation du secteur musical est plus difficile encore que pour le secteur de l'édition. La montée en puissance de la musique téléchargée, l'importance croissante des autres formes de consommation de musique dont les flux sont mal recensés (concerts, diffusion radio/TV, synchronisation) se conjuguent pour rendre la mesure incertaine.

La musique est le secteur aujourd'hui le plus menacé par le P2P (*peer-to-peer*). Un jeu non coopératif s'est installé entre les fournisseurs d'accès, les équipementiers et les fournisseurs de contenus, au détriment de ces derniers. L'Ipod, dont on pen-

sait qu'il allait faire émerger un modèle de paiement à l'acte est bien davantage devenu le cheval de Troie du téléchargement gratuit. La formule idéale serait, en fait, celle d'un abonnement forfaitaire offert par les fournisseurs pour accéder librement à l'ensemble de leurs bibliothèques. Idéalement aussi, il faudrait que les abonnements soient multi-supports : téléphone portable et internet, sans que l'on ait à payer deux fois.

**Proposition 2.** Le Conseil de la concurrence devrait jouer un rôle d'aiguillon en s'intéressant à l'interconnexion des abonnements.

Selon les études disponibles, il semblerait que les internautes manifesteraient une propension à payer de 7 euros par mois pour un abonnement illimitée à la musique. Selon François Moreau, il suffirait qu'un tiers des internautes paient cet abonnement pour que l'ensemble de la filière (hors frais de distribution physique, mais inclusif des marges et des frais de promotion) soit financé. Pourquoi ne le font-ils pas ? Parce que le secteur considère que pour l'instant il gagne davantage en restant au paiement à l'acte. La rente obtenue par le paiement à l'acte se réduit, mais elle reste suffisamment attrayante pour essayer de la préserver.

Une remarque peut être faite à ce sujet. L'industrie du disque ne regrette pas sa gloire passée mais sa gloire récente. Les excellents chiffres d'affaires des années 1980 et 1990 doivent beaucoup au fait que les consommateurs ont dû racheter une deuxième fois les disques de leur jeunesse du fait du passage du vinyle au numérique. Les technologies nouvelles leur ont permis de beaucoup gagner, sans qu'ils en soient pour grand-chose. Ce qu'une technologie a donné, une autre le reprend...

Notons aussi que le téléchargement concerne principalement les *best sellers*. Il peut leur déplaire de vivre de la vente des produits dérivés, de donner des concerts ou de vendre des tee-shirts. Mais quelle différence y a-t-il alors avec le fait de vivre de la publicité à la radio ?

## La pharmacie

Claude Le Pen montre que le secteur participe de plain pied à l'économie de l'immatériel. L'industrie pharmaceutique est en fait l'un des gros créateurs de « valeur ajoutée immatérielle » en France. Paradoxalement, en France et plus généralement en Europe, le financement socialisé des dépenses de santé, aboutit souvent à relativiser ce constat : l'industrie pharmaceutique est sans doute la seule industrie dont les responsables politiques essaient de limiter la croissance ! Ou plutôt de tenir un discours schizophrène s'efforçant dans le même temps d'appeler au développement de la recherche et des implantations industrielles et à la modération de la croissance du chiffre d'affaires.

Une raison de ce paradoxe tient à l'idée – correcte – que le développement de la recherche biopharmaceutique est mondial et que les déficits des comptes sociaux sont locaux ! Ainsi, chaque gouvernement régulant sa propre dépense de santé, dont la composante pharmaceutique est souvent dynamique, ne pense-t-il pas en toute bonne foi mettre en danger la recherche mondiale. Sauf que, comme dans le « dilemme du prisonnier », la généralisation de cette attitude égoïste risque d'aboutir à un équilibre stable et sous-optimal. C'est sans aucun doute cette attitude qui conduit à des prix européens significativement plus bas que ceux qui se pratiquent aux États-Unis, l'écart de prix étant d'ailleurs le facteur qui explique l'essentiel des performances des industries pharmaceutiques entre les deux régions.

**Proposition 3.** Pour échapper à cet équilibre non coopératif, il semblerait naturel que les autorités européennes cherchent à harmoniser leurs politiques de prix. Sans aller jusqu'à créer une agence qui fixerait au niveau européen les prix appliqués par les différents systèmes de sécurité sociale nationale, on pourrait au minima réfléchir aux moyens de donner des indications sur la tarification appropriée.

## L'informatique

L'informatique est un secteur qui est passé en moins de 20 ans, de l'ère du « gros matériel » à l'ère de l'immatériel et du service. En 2006, les dépenses informatiques ont représenté 460 milliards d'euros en Europe (dont 76 milliards en France) contre 560 milliards d'euros aux États-Unis. Il n'y aurait donc pas, selon ces chiffres, beaucoup plus de dépenses informatiques aux États-Unis qu'en Europe. En revanche, les États-Unis font beaucoup plus de R&D (20 % de la R&D totale aux États-Unis, 8 % en France) et de production que les Français.

Curieusement peut-être, la diffusion technologique est pourtant moins rapide aux États-Unis. En termes d'informatisation, par exemple, les banques américaines ont quinze ans de retard sur les banques françaises. Les firmes américaines doivent en effet amortir des dépenses plus lourdes d'innovation. Ils hésitent donc à changer rapidement de système, préférant amortir les équipements installés. Ils n'hésitent pas en revanche, une fois les technologies nouvelles installées, à en tirer tous les bénéfices, en réduisant notamment les effectifs devenus inutiles. En France, c'est le scénario inverse qui est à l'œuvre. Les Français, n'étant pas à la frontière de la création, bénéficient du recul qui leur permet d'utiliser les meilleures technologies. Ils tardent en revan-

## Les Rapports du Conseil d'Analyse Économique

- 50. Les crises financières
- 51. Réformes structurelles et coordination en Europe
- 52. Réformer le Pacte de stabilité et de croissance
- 53. Financer la R&D
- 54. Politiques environnementales et compétitivité
- 55. Désindustrialisation, délocalisations
- 56. Croissance équitable et concurrence fiscale
- 57. La famille, une affaire publique
- 58. Les seniors et l'emploi en France
- 59. Politique économique et croissance en Europe
- 60. Politiques de la concurrence
- 61. Une stratégie PME pour la France
- 62. La France et l'aide publique au développement
- 63. Vieillesse, activités et territoires à l'horizon 2030
- 64. Évolution récente du commerce extérieur français
- 65. Économie politique de la LOLF
- 66. Performance, incitations et gestion publique
- 67. Consolidation mondiale des Bourses
- 68. Temps de travail, revenu et emploi
- 69. Infrastructures de transport, mobilité et croissance
- 70. Perspectives agricoles en France et en Europe
- 71. Mondialisation : les atouts de la France
- 72. Les leviers de la croissance française
- 73. Mesurer le pouvoir d'achat
- 74. Gaz et électricité : un défi pour l'Europe et pour la France
- 75. Private equity et capitalisme français
- 76. La mondialisation immatérielle (à paraître)

Ces rapports sont disponibles à La Documentation française  
29 quai Voltaire  
75344 PARIS Cedex 07  
Téléphone : 01 40 15 70 00  
Télécopie : 01 40 15 72 30  
et sur : www.cae.gouv.fr

La documentation Française



che à réorganiser le travail à due concurrence des techniques nouvelles. Il est possible que ces deux effets contraires se neutralisent, ce qui pourrait expliquer que la France n'est pas spécialement en retard sur les États-Unis en matière de productivité du travail.

Cette symétrie se retrouve dans les statistiques d'ouverture du commerce. Dans le secteur des logiciels, la part des sociétés françaises est d'un tiers, les autres fournisseurs étant essentiellement américains (IMB, Oracle, Microsoft...). Dans le domaine des services informatiques, en revanche, la part des sociétés françaises est de 69 %, traduisant ici encore la suprématie des firmes nationales dès lors qu'il s'agit de toucher le consommateur final.

### Le cinéma

Le cinéma confirme la bipolarisation, française et américaine, du marché intérieur. Sur le marché français en 2004, la part de marché des films nationaux est de 38 %, celui des films américains de 48 %. Notons que la présence américaine est encore plus marquée dans le reste de l'Europe, où elle atteint 71 % du marché intérieur. On remarquera par ailleurs que les plus gros succès du box office, lorsqu'ils ne sont pas français ou américains, sont, à de très rares exceptions près, des « faux nez » de la production hollywoodienne, qu'il s'agisse, pour des exemples récents, d'Harry Potter (produit au Royaume-Uni) ou du Seigneur des Anneaux (néo-zélandais). Pierre-Jean Benghozi fait toutefois remarquer que la France fait figure d'exception, dans la mesure où la part de marché du cinéma national sur son marché domestique y est bien supérieure à celle constatée chez nos principaux voisins européens, tout comme les performances du cinéma domestique à l'étranger.

### La télévision

Sur le marché intérieur audiovisuel, là encore, deux cultures cohabitent : la nationale et l'américaine. D'après le CSA, la fiction française représente, en 2001, 26 % de l'offre totale de fiction sur les chaînes hertziennes, la fiction américaine 52 %, et la fiction non américaine 17 %. Et comme le fait remarquer Jacques Peskine, si l'on s'intéresse au « prime time », 75 % des fictions programmées par les principales chaînes françaises aux heures de grande écoute sont françaises, 25 % américains.

Fort de ce constat, le rapport s'interroge sur la pertinence des quotas de diffusion d'un point de vue de leur applicabilité et de leur efficacité à une politique au service de la « diversité culturelle ». Dans le contexte d'une concurrence internationale globale des médias, les quotas ont notamment pour conséquence de favoriser le positionnement de firmes possédant déjà un large marché domestique, essentiellement les firmes américaines. Ironiquement, le résultat final, loin de préserver l'accès à la diversité culturelle au niveau européen, renforce une situation de « hub & spokes » culturel. Les États-Unis jouissant d'une position centrale de « hub », exportent leur production culturelle vers des « spokes » européens où la concurrence ne s'exerce qu'entre production locale fragmentée et importations de programmes américains.

D'un point de vue économique, aller dans le sens d'une politique davantage fondée sur les prix et une tarification des diffusions étrangères, pour un même objectif de promotion de diversité culturelle, présente des avantages certains. Tout d'abord, l'action publique gagnerait en transparence. En effet, pour un même objectif, une politique tarifaire joue directement sur les prix (observables) et ces effets sont plus aisés à quan-

tifier en termes de politique publique. Ceci permet une meilleure appréciation des gains et des pertes et donc un meilleur débat démocratique sur le bien fondé de cette politique. Aussi, un mouvement en faveur d'une politique tarifaire tend à réduire les effets anti-concurrentiels des restrictions quantitatives en situation d'oligopoles. A même niveau de pénétration étrangère, l'efficacité économique en sera augmentée au bénéfice du consommateur. De plus, en réduisant les effets de segmentation du marché européen, un tel changement d'instrument minimiserait les effets pervers qui conduisent à privilégier les quantités plutôt que la qualité dans le choix et l'allocation des programmes audiovisuels. Finalement, un instrument tarifaire permet de générer des ressources fiscales qui peuvent être éventuellement utilisées pour faciliter la réforme d'un point de vue d'économie politique. En effet, le revenu ainsi perçu peut être affecté à certains segments du secteur de manière à indemniser les pertes de rentes que le changement de politique occasionnerait et ainsi rendre politiquement acceptable la réforme.

**Proposition 4.** Une suggestion serait d'abaisser les quotas sur la diffusion d'œuvres européennes à 50 % et ainsi de s'aligner sur le taux appliqué par la plupart des autres pays. En contrepartie, on pourrait augmenter la taxe sur le chiffre d'affaires de tous les diffuseurs, y compris celle des nouveaux diffuseurs (téléphonie mobile notamment). L'usage de ce revenu additionnel serait discuté avec les professionnels. Il pourrait servir à structurer de meilleures offres et diffusions d'œuvres européennes, en appui par exemple du fonds Eurimage du Conseil de l'Europe.