

Revue Interventions économiques

Papers in Political Economy

63 | 2020

Activités culturelles et développement local

Romain Lecler, *Une contre-mondialisation audiovisuelle. Ou comment la France exporte la diversité culturelle*, Paris, Sorbonne Université Presses, coll. « L'intelligence du social », 2019, 308 p., préf. Patrick Imhaus

Michèle Rioux



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/interventionseconomiques/7467>

ISBN : 1710-7377

ISSN : 1710-7377

Éditeur

Association d'Économie Politique

Ce document vous est offert par Université du Québec à Montréal

UQÀM

Université du Québec à Montréal

Ce document a été généré automatiquement le 24 février 2020.

Romain Lecler, *Une contre-mondialisation audiovisuelle. Ou comment la France exporte la diversité culturelle*, Paris, Sorbonne Université Presses, coll. « L'intelligence du social », 2019, 308 p., préf. Patrick Imhaus

Michèle Rioux

- 1 Une contre-mondialisation audiovisuelle : ou comment la France exporte la diversité culturelle. Voilà le titre évocateur du livre de Romain Lecler, professeur au département de science politique, qui retrace minutieusement l'émergence, le développement et les ambivalences d'une politique audiovisuelle extérieure et plus généralement de la diplomatie culturelle de la France. Structuré autour de six chapitres, cet ouvrage de plus de 300 pages à l'ambition de comprendre et de documenter comment, face à la mondialisation audiovisuelle dominée par les États-Unis et les entreprises américaines, la France a usé d'une diplomatie culturelle alliant l'exception culturelle et la formulation d'une autre conception de la mondialisation audiovisuelle mettant de l'avant la diversité culturelle.
- 2 Celui que Lecler considère être un entrepreneur schumpéterien, qui fut jadis chargé de ce secteur de 1977 à 1982, Patrick Imhaus, écrira en préface que l'ouvrage de Romain Lecler multiplie les angles d'attaques d'une sociologie des institutions publiques tout en étant une « vaste fresque, mélange de Balzac et de Zola avec plus d'une pincée de polar crapuleux » (p. 9) abordant de multiples aspects de la réponse des pouvoirs publics et des administrations face aux défis de la mondialisation. Et c'est vrai que ce livre est parfois d'une rigueur scientifique incontestable tandis qu'à d'autres moments, on se

croit en train de lire un roman, une histoire de la mondialisation bien concrète qui laisse des personnages apparaître comme de véritables acteurs de la mondialisation. Ce sont les intermédiaires de la circulation internationale, agents de terrain que sont les exportateurs et les diplomates de l'audiovisuel, qui sont au cœur de l'ouvrage et de l'enquête sur le rôle de l'État et des politiques publiques dans le marché de l'audiovisuel qui furent réalisées par l'auteur sur quatre continents.

- 3 L'introduction du livre a vite fait de positionner la thèse étayée dans les chapitres qui suivront. Cette thèse est celle de l'invention de ce que Lecler appelle une contre-mondialisation audiovisuelle et qui se définit comme l'articulation des intérêts commerciaux et des enjeux diplomatiques et culturels. On comprend aussi que la mondialisation dont il est question est bel et bien la mondialisation commerciale dominée par les entreprises américaines, à partir de la réussite de CNN International et du succès des blockbusters d'Hollywood qu'à aujourd'hui avec les plateformes numériques comme *Netflix*. L'auteur procède par entrevues, plusieurs dizaines, pour croiser, sociologie de la culture, l'analyse des transformations des industries culturelles en dépassant le cadre national pour aborder la diplomatie culturelle en lien avec les échanges commerciaux et le rôle des politiques publiques dans la mondialisation. Il cherche l'équilibre dans le déséquilibre, à établir un rapprochement des relations internationales et l'analyse des politiques publiques en trouvant l'angle de ce qu'il nomme une « politique publique de l'international ». Il dit étudier l'élaboration d'une politique de la mondialisation contemporaine et l'on comprend que c'est de la *politique audiovisuelle extérieure* dont il s'agit, cette politique qui permet à la France d'exporter la diversité culturelle et d'ainsi proposer une contre-mondialisation à la mondialisation structurée et dominée par la diplomatie commerciale privée et publique des États-Unis.
- 4 Le premier chapitre est particulièrement intéressant et retrace les moments historiques marquants de cette politique ponctuée par trois grandes périodes influencées par trois directeurs de la direction de l'audiovisuel extérieur et inscrit dans une perspective de long terme qui est celle de la diplomatie culturelle française. Il y a donc trois périodes : l'innovation institutionnelle avec l'entrepreneur schumpétérien, l'entrepreneur et le virage au privé, et la période du management public. Chaque période est la cristallisation d'arbitrage des tensions entre le privé et le public, l'intervention et le marché, les intérêts commerciaux et d'autres enjeux, etc. Mais l'on sent que de l'idée originelle, il y a graduellement un détricotage de cette politique de la mondialisation audiovisuelle, ce qu'il nomme un épuisement institutionnel qui éloigne la France de la diversité culturelle au profit de la mondialisation audiovisuelle. Fin de la contre-mondialisation ? Nous reviendrons sur cette question plus loin suite à une discussion des divers chapitres de l'ouvrage.
- 5 Le chapitre 2 aborde le passage de TV5 à la CNN française, opposant une approche liée à la diversité culturelle à celle associée à la communication internationale, et un passage conséquent d'un modèle d'interventionnisme public à un modèle privé à dominance commerciale qui se répercute sur les administrations. Le chapitre 3 décrit un métier flou au statut des plus fragiles, celui des attachés audiovisuels entre commercialisation et diplomatie qui sont au cœur de la mondialisation et du processus d'exportation de la diversité culturelle. S'intéressant au marché des marchés et au Festival de Cannes, Lecler nous dévoile dans le chapitre 4 une capitale de la mondialisation audiovisuelle pour ensuite s'attaquer, au cinquième chapitre, à la politique des festivals. Fort bien documentés, ces deux chapitres sont passionnants et il

ne fait pas de doute que les festivals, les salons, et les foires, même à l'ère du commerce électronique, sont des lieux structurants de la circulation mondiale des produits audiovisuels. Les routes du commerce sont prises au sérieux et bien documentées. Mais là encore, plusieurs tensions caractérisent la politique audiovisuelle extérieure et son déploiement sur le terrain tout comme ses résultats. On oppose le modèle Besson et le box-office mondial au modèle Unifrance qui ne prend pas en considération les enjeux commerciaux. Le chapitre 6 intitulé *le cinéma du monde* est un chapitre qui étudie une économie politique de la mondialisation audiovisuelle opposant la diplomatie (festival) ou le commerce (marché), et quatre modèles (promotion diplomatique, genres, films de festivals et les grandes productions d'Hollywood). L'avant-dernière phrase du chapitre est cinglante : « La diversité culturelle pratiquée dans le cadre de la politique audiovisuelle extérieure apparaît en définitive comme un jeu pratiqué en partie à domicile qui, loin de rééquilibrer les inégalités mondiales en matière de production cinématographique, participe à les conforter... » (p. 294)

- 6 Romain Lecler est donc en mesure d'arguer que la France exporte la diversité culturelle tout en insistant sur les tensions, les arbitrages entre enjeux, les paradoxes et les contradictions de la diplomatie audiovisuelle française qui sont aussi influencés par les rapports de force et les jeux de puissance au niveau international, la concurrence entre les administrations, etc.
- 7 Ce livre est fort instructif et stimulant pour ceux et celles qui s'intéressent aux processus de mondialisation et aux réponses politiques, notamment par l'invention d'une politique visant une contre-mondialisation marchande pour impulser une dimension culturelle qui n'est pas la résultante des forces du marché, ce qui serait une situation très déséquilibrée et menaçante. Sur le plan théorique, tous les éléments d'une approche de politique de la mondialisation sont exposés et il serait intéressant d'en faire une exposition plus détaillée pour que cette enquête devienne fondatrice d'un effort théorique qui pourrait être lui-même exporté à d'autres politiques de la mondialisation.
- 8 Angle mort de ce livre sur la contre-mondialisation ? Peut-être le rôle de la diplomatie française plus concrètement sur la diversité des expressions culturelles à l'UNESCO et la question des accords commerciaux négociés par l'Union européenne, notamment avec le Canada. Mais plus important encore le commerce électronique et les nouvelles transformations des industries culturelles. Lecler le dit d'ailleurs en quatrième de couverture, ce livre « raconte l'invention de cette politique française originale et méconnue, au moment même où sa pérennité semble menacée par *Netflix* et les géants du numérique ». La France, le Canada et le Québec s'activent pour répondre aux défis en termes d'opportunités et de menaces des transformations en cours en lien avec la 'plate-formisation' généralisée de l'offre mondialisée. Les déséquilibres peuvent se creuser et ce sont les créateurs et les artistes qui sont les plus grands perdants actuellement. Le secteur de la musique a été frappé solidement, et le secteur audiovisuel face actuellement face à cette transition. On a peu de données, de portraits de ces processus accélérés de la mondialisation audiovisuelle à l'ère du commerce électronique, comment combler ce vide ? Quelle diplomatie mettre en œuvre, quelle politique culturelle 2.0 adoptée et appliquer dans la mondialisation ? Quels intermédiaires à déployer dans un univers en changement ? Le chantier est ouvert et Romain Lecler peut certes contribuer à le développer en se fondant sur une analyse probante, juste et critique de la réponse de la France à ces défis. Son incursion en

territoire nord-américain sera sans doute porteuse de nouvelles réflexions en ce sens. Regards croisés sur la diplomatie culturelle et commerciale, un terrain fertile sans aucun doute pour l'avenir des politiques de la mondialisation.

- 9 Des pistes peuvent sans doute émerger de cette lecture qui remet en question non seulement la manière de penser la diplomatie et la mondialisation, mais également les méthodes de recherche et leurs incidences sur le plan théorique. Le chantier actuel sur la découvrabilité de la coopération entre la France et le Québec, les stratégies numériques et culturelles, la mobilisation d'organisations comme l'UNSECO et l'OIF sont autant de phénomènes indiquant que le sujet des politiques de la mondialisation culturelle articulant diplomatie culturelle et diplomatie commerciale conservera sa pertinence.

AUTEUR

MICHÈLE RIOUX

Professeure titulaire au département de science politique de l'UQAM, directrice du Centre d'études sur l'intégration et la mondialisation et fondatrice du Laboratoire d'analyse sur les transformations des industries culturelles à l'ère du commerce électronique.

rioux.michele@uqam.ca