

CONGRÈS AFSP 2013

ST49 : « Puissances Émergentes, Institutions Globales et Gestion de Crise »

La Chine et l'Inde dans le conflit des images :

Les deux émergents asiatiques vis-à-vis des normes internationales de l'industrie cinématographique mondiale

Antonios Vlassis (Université libre de Bruxelles)

antonios.vlassis@gmail.com

(Version provisoire, ne pas citer svp)

Depuis le début des années 1990, la circulation des produits et services cinématographiques à l'échelle mondiale devient un enjeu considérable dans les négociations multilatérales. D'un côté, à la suite d'une globalisation économique grandissante et une ouverture plus accrue des marchés cinématographiques, les majors hollywoodiennes dominent le paysage cinématographique mondial (Miller 2005, Mingant 2010). D'un autre côté, une multitude d'acteurs cherchent à promouvoir leur propre conception sur l'importance des politiques culturelles et la façon d'aborder l'industrie cinématographique au sein des enceintes internationales comme l'Organisation mondiale du commerce (OMC) et l'UNESCO (Gagné 2005). Ainsi, jusqu'à présent, l'Accord général sur le commerce des services (AGCS-GATS) reconnaît explicitement la compétence de l'OMC en matière de commerce des produits et services audiovisuels et ces derniers ne sont pas exclus du champ de négociation de façon permanente même si les services audiovisuels sont l'un des secteurs où le nombre de membres de l'OMC ayant pris des engagements est le plus faible. Trente membres de l'organisation se sont déjà prononcés pour être soumis à certaines restrictions dans le secteur de l'audiovisuel¹. D'un autre côté, adoptée par l'UNESCO en 2005 et entrée en vigueur en 2007, la Convention pour la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles (ci-après dénommée « la CDEC ») est jusqu'à présent ratifiée par 127 États et l'Union européenne. Parmi ses objectifs, nous retrouvons la reconnaissance de l'importance des politiques culturelles et de la spécificité des biens et services culturels, ainsi que le renforcement de la coopération culturelle internationale via la mise en place d'un Fonds international pour la diversité culturelle (FIDC).

De leur côté, l'Inde et la Chine sont déjà parties prenantes à la CDEC depuis 2006 et 2007 respectivement, alors que les deux puissances émergentes ont également pris des engagements

¹ Arménie, Cap Vert, République africaine, Chine, République dominicaine, El Salvador, Gambie, Géorgie, Hong Kong, Inde, Israël, Japon, Kenya, Corée du Sud, Kirghizistan, Lesotho, Malaisie, Mexique, Nouvelle Zélande, Nicaragua, Oman, Panama, Arabie Saoudite, Singapour, Jordanie, Taipei, Thaïlande, Tonga, États-Unis, Vietnam.

après de l'OMC relativement au commerce des produits et services audiovisuels. D'ailleurs, l'Inde reste le premier producteur mondial de films, le premier marché cinématographique mondial en termes d'entrées en 2009² et le sixième marché cinématographique mondial en termes de recettes. La Chine est, quant à elle, le quatrième producteur mondial de films et le deuxième marché cinématographique mondial en termes de recettes³ avec une croissance considérable de 36 % en 2012 (OEA 2000-2012). A première vue, la question audiovisuelle est censée constituer une priorité de deux puissances émergentes et leur statut devrait être très important au sein du régime international de l'audiovisuel.

Notre proposition s'articule ainsi autour de l'étude des préférences de la Chine et de l'Inde et de leur influence lors des négociations multilatérales en vue de l'adoption de la CDCE et dans la mise en œuvre de l'AGCS. Les deux puissances émergentes constituent-elles un axe commun vis-à-vis des pays développés du Nord ? Si oui, quelles sont leurs stratégies communes et leurs revendications ? Sinon, quelles sont les raisons qui expliquent la divergence de leurs préférences ?

La littérature existante sur les puissances émergentes est notamment inspirée par deux approches : d'un côté, les facteurs expliquant leur comportement extérieur au sein des arènes internationales s'inscrivent dans le paradigme réaliste qui insiste sur la structure unipolaire ou multipolaire du système international actuel, la distribution de la puissance et des ressources en son sein et la volonté de ces pays de maximiser leur puissance à toutes ses formes sous des contraintes internationales (Dahlman 2012, Klare 2008, Happold 2012, Narlikar 2010, Smith 2012). D'un autre, le courant libéral-constructiviste explore les bénéfices de l'intégration des puissances émergentes dans le système international, la façon dont la distribution des idées influencent leur comportement extérieur, l'impact des normes internationales sur leurs intérêts nationaux, ainsi que leurs résistances (De Wet 2012, Garcia 2011, Terhalle 2011, Veira 2012, Snyder 2013, Reinold 2013). D'ailleurs, un grand nombre de chercheurs favorise une lecture des stratégies des pays émergents à l'échelle internationale à travers le concept de la puissance de séduction (*soft power*). Il s'agit de se concentrer sur l'influence douce des pays émergents et surtout de la Chine (Kurlantzick 2007; Li 2009; Wang 2011; Lai et Lu 2012) fondée sur des ressources intangibles telles que l'information, la culture, l'idéologie ou les institutions, surestimant sans doute la capacité de ces États à structurer une situation et dresser l'ordre du jour politique d'une manière qui modèlera les préférences exprimées par les autres acteurs. Enfin, plusieurs analyses issues de la discipline de communication illustrent un paysage cinématographique mondial fondé sur deux pôles de puissance, à savoir Hollywood et Bollywood (Tyller 1999, Augros 2011, Matusitz 2012), sur l'avènement d'un grand nombre de pôles de production culturelle remettant en cause l'hégémonie occidentale, voire américaine (Tunstall 2008), ainsi que sur une bataille culturelle entre la Chine et Hollywood (Jihong et Krauss 2002).

Dans notre perspective, nous postulons que les structures domestiques et les institutions de chaque pays sont un facteur important en vue de saisir la nature des préférences et des stratégies de la Chine et de l'Inde au sein des arènes multilatérales (Risse-Kappen 1999; Weiss 2003; Katzenstein 2005). Dans cette perspective, nous abordons la sphère internationale et nationale comme des sphères complémentaires en vue de saisir les préférences de deux

² Entrées totales (en millions): Inde 2 917.0, États-Unis 1 415.2, Chine 263.8, France 201.1, Mexique 178.0, Royaume-Uni 173.5, Japon 169.3, Corée du Sud 156.9, Allemagne 135.6, Russie 132.0.

³ Recettes (en milliards US\$) : États-Unis/Canada 10.8 milliards US\$, Chine 2.7, Japon 2.4, Royaume-Uni 1.7, France 1.7, Inde 1.4, Allemagne 1.3, Corée du Sud 1.3, Russie 1.2, Australie 1.2, Brésil 0.8 milliard US\$.

puissances émergentes concernant le cinéma et nous postulons que les priorités domestiques, la nature et la trajectoire historique des institutions politiques, ainsi que les arrangements organisationnels permettant d'associer l'État et les groupes cinématographiques jouent un rôle considérable dans les intérêts et les stratégies de deux puissances émergentes au sein des arènes internationales telles que l'OMC et l'UNESCO.

A cette fin, notre analyse se décline en deux sections : en premier lieu, nous abordons le poids de Hollywood dans le paysage cinématographique mondial et ses transformations, les coalitions et les rapports de force lors des négociations multilatérales relatives aux normes de l'audiovisuel, ainsi que les positions et le rôle de deux puissances émergentes asiatiques; en deuxième lieu, nous mettons en lumière les structures domestiques de la Chine et de l'Inde relativement au cinéma en vue d'interpréter leur comportement au sein des négociations.

1. L'émergence d'un régime international de l'audiovisuel.

a. Hollywood, de l'âge d'or au « cinéma-monde ».

Le modèle cinématographique des États-Unis exerce une grande influence à la fois technique et idéologique, et, grâce à sa position dominante dans le monde, Hollywood est devenu un objet référentiel. L'activité cinématographique aux États-Unis est une véritable industrie. Il s'agit d'« une usine à rêves », un modèle de production cinématographique, un langage cinématographique aisément compréhensible par un large public. Hollywood représente un exemple classique du vieil oligopole dont l'organisation est largement verrouillée. Dresser une liste des grandes sociétés hollywoodiennes est une tâche simple car il n'y en a que six : Disney, Century-Fox, Universal, Paramount, Sony, Warner-Bros, MGM. La structure de l'industrie hollywoodienne demeure immobile en apparence. Pourtant, derrière cette apparente stabilité, d'importantes restructurations ont modifié les produits vendus et les stratégies de ces compagnies. Ainsi, ce qui caractérise le fonctionnement économique de l'industrie cinématographique américaine durant la période de l'âge d'or des studios des années vingt jusqu'aux années cinquante, est un système de production-distribution-exploitation géré par un oligopole fondé sur une intégration verticale. Cette époque correspond à l'apogée du cinéma américain. Les *Big Five* (Paramount, MGM, Century-Fox, Warner Bros., RKO) sont autant des producteurs dominants que des centres de distribution-exploitation dans l'espace cinématographique des États-Unis. Cette époque a d'ailleurs produit un cinéma « classique », à destination d'un public de masse et fondé sur une production industrielle en série. Une méthode de travail parfaitement rodée imposera en ce sens un langage cinématographique standardisé avec ses codes et ses normes : linéarité et lisibilité du récit, codification des genres, importance du *star-system*, convention du *happy-end* (Gomery 2008, Augros et Kitsopanidou 2009). Cependant, dans le courant des années 1960, le problème du recul de la fréquentation cinématographique commence à se poser aux États-Unis au départ puis dans les pays européens. La crise cinématographique est notamment attribuable à la conjonction d'une série de facteurs, liés au déclin du modèle fordiste, sur lequel l'âge d'or du cinéma hollywoodien repose depuis les années 1920 (Creton 2001); le marché cinématographique états-unien se sature et des nouvelles tendances émergent difficilement. Par ailleurs, l'avènement de la télévision signe le déclin brutal des salles obscures. Le cinéma est alors battu par la télévision sur son propre terrain : le produit cinématographique standardisé, dans la mesure où elle offre à domicile ce qui, autrefois, nécessitait des déplacements dans les salles obscures.

Face à la concurrence de la télévision, l'offensive du cinéma-monde (Michalet 1987) est principalement centrée sur la tentative de rompre la liaison forte spectateur-télévision. L'émergence du cinéma-monde est largement attribuable à la rivalité entre les majors et les *networks* de télévision et aux efforts des studios pour survivre face à la concurrence télévisuelle. Comme le résumait J. Augros et K. Kitsopanidou (2009 : 172), « l'industrie cinématographique aux États-Unis a plus changé entre 1969 et 1980 que dans toute autre période de son histoire, à la fois dans le domaine du style, du contenu et de la structure de l'industrie ». Le « cinéma-monde » est une nouvelle stratégie conçue par les majors et repose sur trois piliers : d'abord, l'avènement d'un nouveau produit. Il s'agit du film-monde, à la fois film événement et film universel, destiné à tous les publics et tous les pays ; ensuite, les majors adoptent une approche mondiale du marché nécessaire à l'amortissement de ces nouvelles superproductions⁴ ; enfin, les majors sont obligées de renoncer à leur autonomie afin d'établir une union étroite avec des groupes conglomérats sur la base d'une concertation horizontale centrée autour des activités des loisirs. C'est donc le modèle du cinéma-monde qui s'impose dans les milieux hollywoodiens dans les années 1980 en introduisant une nouvelle vision commerciale sur les produits audiovisuels et les marchés cinématographiques. Hollywood entre dans l'ère de la société postindustrielle, définie par Daniel Bell comme société de la connaissance : Dans la production d'une marchandise (film), « la conception du produit et la communication qui est faite pour assurer une vente de masse deviennent plus significatives que la fabrication proprement dite. Ces deux étapes concentrent l'essentiel des coûts » (Abélès 2008 : 12). Il contribue à asseoir la domination du cinéma hollywoodien dans deux sens : d'une part, il sert à barrer l'accès au marché américain aux films étrangers qui ne bénéficient pas du soutien financier nécessaire pour mettre en œuvre des stratégies propres aux majors hollywoodiennes ; d'autre part, selon la même logique, il attribue l'avantage aux films hollywoodiens sur les marchés internationaux, contribuant à une coordination progressive des marchés nationaux et une convergence quasiment mondiale des préférences cinématographiques des spectateurs. Par conséquent, alors que l'âge d'or des majors incarne la période dans laquelle les États-Unis sont au cœur de la civilisation occidentale, le cinéma-monde représente les États-Unis comme le cœur de la globalisation et d'une nouvelle civilisation globale (Kurth 2010 : 64).

« En dernière analyse, le « cinéma-monde » reflète les forces économiques qui font émerger un capitalisme mondial, c'est-à-dire un système économique qui ne peut fonctionner que dans la dimension planétaire, à tout le moins, qui déborde de partout l'espace national. Le modèle hollywoodien était en phase avec le modèle américain hégémonique, celui du fordisme triomphant. La crise de la régulation fordiste et la crise du système hollywoodien se sont développés parallèlement » (Michalet 1987 : 112). Or, au début des années 1990, les États-Unis sont le seul pays à regagner des entrées depuis leur creux de 1972, pour retrouver leur niveau de fréquentation des années cinquante. D'ailleurs, Hollywood accapare au moins 90 % des recettes domestiques⁵, alors que la part de ses recettes venant de l'exportation ne fait que croître, devenant

⁴ Le coût moyen d'un film est passé de 2 millions de dollars en 1972 à 12 millions de dollars en 1982⁴. Parallèlement, le nombre de films dont le budget a dépassé 15 millions de dollars s'accroît à un rythme plus rapide : seulement 3 films en 1977, 40 en 1984.

⁵ Durant les vingt dernières années et à part certaines exceptions filmiques qui ont récolté un bon nombre d'entrées (*Four Weddings and a Funeral* (1994), *Il Postino* (1995), *La vita è bella* (1997), *Le fabuleux destin d'Amélie Poulain* (2000), *Crouching Tiger Hidden Dragon* (2000), *Hero* (2004), *La marche de l'empereur* (2005), *El laberinto del fauno* (2006), *Volter* (2006), *Das Leben der Anderen* (2006), *Ponyo* (2008)), la part du film étranger dans le marché cinématographique domestique reste extrêmement infime, allant de 2,5 % à 9 %.

majoritaire dans les revenus des majors hollywoodiennes depuis les années 1990⁶. La balance commerciale de l'industrie du cinéma américain est depuis longtemps positive, bien que les États-Unis souffrent d'un déficit commercial chronique⁷. Les États-Unis exportent plus de produits audiovisuels qu'ils n'en importent et en 2009 ce surplus est monté à 11,7 milliards de dollars, plus que « les surplus des télécommunications, du management/consulting et des secteurs légaux, médicaux, informatiques et des assurances » (MPAA 2011). Le film hollywoodien demeure également un produit clé pour les supports électroniques (vidéo, télévision). Il réussira ainsi à s'imposer dans de nombreux pays « pas comme un cinéma national étranger, mais comme le cinéma » (Creton 1997 : 106). Du côté européen, dans les années 1980, les développements des nouvelles techniques de diffusion par le satellite et le câble, la domination hollywoodienne, ainsi que le processus de la dérégulation bouleversent l'économie du secteur audiovisuel et le paysage cinématographique européen et mènent au déclin des cinématographies nationales⁸.

b. Les normes internationales pour le cinéma entre l'OMC et l'UNESCO.

La problématique de départ des normes internationales relatives au secteur cinématographique est celle de la circulation inégale des produits et services culturels à l'échelle mondiale, de l'avènement du « cinéma-monde » et de la domination culturelle américaine, ainsi que de la crise structurelle des cinématographies nationales, surtout européennes. A l'instigation de la France et du Canada, plusieurs acteurs se sont réunis au cours des années 1990 autour du terme d'« exception culturelle » en vue de soustraire les produits et services culturels de l'agenda des accords commerciaux. Ainsi, lors de la dernière phase des négociations internationales sur l'AGCS en 1993, soutenue par le Japon et la *Motion Pictures Association of America* (MPAA)⁹, l'administration Clinton, au nom de la rationalité du consommateur, s'attaquent aux mesures financières et réglementaires des pays en faveur de leurs industries audiovisuelles. Les réglementations nationales dans le domaine audiovisuel « avaient quelque chose de byzantin » dans la mesure où « elles limitaient la fluidité des échanges de biens et de composants, elles interdisaient une stratégie de production, de marketing et de distribution intégrés » (Cohen 1996 : 70). Parmi l'ensemble des mesures politiques françaises et européennes en matière d'audiovisuel,

⁶ En 1979, le marché extérieur pour les majors était constitué de 75 pays, en 1990 de plus de 80 et au début des années 2000 de plus de 150 (Augros et Kitsopanidou 2009 : 221-234).

⁷ Les recettes du marché cinématographique mondial, hors des États-Unis et du Canada, se trouvent en pleine expansion depuis six ans et ont augmenté plus de 30 %, atteignant environ 23,9 milliards US\$ en 2011 contre 16,6 milliards US\$ en 2007. Les recettes internationales des majors atteignent, quant à elles, 13,5 milliards de dollars en 2011, contre 12,7 milliards de dollars en 2010.

⁸ Trois pays, qui connaissent une fréquentation annuelle dans les années 1940 et 1950 avoisinant ou dépassant le milliard affichent un déclin dramatique : l'Italie et l'Allemagne 818 millions d'entrées en 1956, minimum en 1989 de 101 millions; le Royaume-Uni 1,6 milliard de spectateurs en 1946 et 53,8 millions en 1984. La baisse de fréquentation s'accompagne d'une baisse de films produits : 222 films produits en France en 1975 et 133 en 1987; en Italie, 198 en 1975 et 89 en 1985; en Allemagne, 73 en 1975 et 48 en 1990; 55 longs métrages produits au Royaume-Uni en 1975 et 38 en 1989. En plus, les films américains recueillent en 1996 plus de 85 % des recettes en Allemagne et au Royaume Uni, 54 % en France et 65 % en Italie. En 1982, la part du marché français des films américains atteint 30,1 % et celle des films français 53,4 %. En revanche, en 1994, les films français recueillent 28,3 % des recettes nationales alors que les films américains, 60,9 % du marché.

⁹ La MPAA constitue le bras actif de la stratégie internationale, à la fois économique et politique, des grandes compagnies de Hollywood, dont Disney, Sony Pictures, 20th Century Fox, Warner Bros, Universal et Paramount. Elle permet au cinéma hollywoodien de parler d'une seule voix à l'étranger, tant au niveau commercial qu'au niveau diplomatique, et d'y faire valoir ses vues.

une mesure entraîne l'hostilité chez le gouvernement américain et les majors de Hollywood : l'application de quotas de programmation aux fournisseurs de services culturels. Les États-Unis prétendent que « les quotas transgressent la « main invisible » du marché. Ils leur reprochent leur caractère arbitraire, intrinsèquement injuste et contraire à la valeur primordiale de l'efficacité » (Grant et Wood 2004 : 261).

S'opposant à la position déterminante des États-Unis, l'argument du gouvernement français s'appuie sur le fait que les produits et les services culturels ne peuvent être assimilés à de simples marchandises. Suivi par plusieurs États et les professionnels européens du cinéma, le gouvernement français défend la légitimité de l'intervention publique dans le secteur des industries culturelles et la spécificité des biens et services culturels et cherche alors à soustraire le secteur audiovisuel de l'agenda des négociations, position connue sous le terme de l'exception culturelle¹⁰. Enfin, le secteur audiovisuel est soumis aux règles de l'OMC, mais en l'absence de toute offre, l'Union européenne, le Canada, et plusieurs d'autres pays ont choisi d'exclure les produits et services audiovisuels des négociations et ne pas les soumettre aux restrictions de l'organisation¹¹.

Toutefois, à partir de la fin des années 1990, l'exception culturelle est abandonnée et la diversité culturelle – beaucoup plus inclusive et fédératrice - lui est progressivement substituée. La diversité des expressions culturelles s'est construite sur le dépassement de l'exception culturelle, issue des négociations commerciales et de la diversité créatrice, théorisée à l'UNESCO (Musitelli 2005). Les gouvernements français et canadiens, les professionnels de la culture de ces deux pays, plusieurs groupes d'experts ainsi que l'Organisation internationale de la Francophonie (OIF) prennent ainsi la tête d'une initiative d'envergure visant à la reconnaissance internationale de l'importance des politiques culturelles pour la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles et de la mise en place d'un instrument juridique international permettant un rééquilibrage des forces. L'objectif est d'internationaliser une question jusqu'alors perçue à travers le prisme des attentes des pays du Nord, ainsi que de reconnaître les besoins propres des pays en développement. Le débat s'internationalise, alors que pendant longtemps il s'était éternisé sur la divergence des arguments entre la France, le Canada, l'UE et les États-Unis (Vlassis 2013).

Entre 2003 et 2005, lors des négociations internationales en vue de l'adoption d'un instrument juridique sur la diversité des expressions culturelles, l'UNESCO devient le théâtre de débats âpres entre des pays comme la France, le Canada, l'Espagne et un grand nombre de pays de l'Afrique (Afrique du Sud, Tunisie, Sénégal) et de l'Amérique latine (Pérou, Bolivie) favorisant un instrument efficace face aux accords commerciaux et voué à renforcer la coopération culturelle internationale et d'autres gouvernements tels que les États-Unis, le Japon,

¹⁰ Le modèle cinématographique français se caractérise par un instrument unique d'intervention, le Centre national du cinéma (CNC) et un système de soutien à l'industrie cinématographique fondé sur un mécanisme autonome de transfert et de redistribution qui est lié aux performances du marché et non au budget de l'État. Ainsi, une partie du financement provient d'une taxe prélevée sur le prix du billet par chaque spectateur, qui équivaut en moyenne à 11% du prix des places. À cette ressource s'ajoutent les contributions des diffuseurs télévisuels, la taxe sur l'édition vidéo, une taxe sur les fournisseurs d'accès à Internet (FAI), etc. Les politiques cinématographiques françaises amènent alors les concurrents du cinéma français à être en situation de symbiose avec ce dernier qui est également financé par les recettes du cinéma hollywoodien depuis les origines du système et la télévision et la vidéo depuis le milieu des années 1980.

¹¹ Ce désaccord revient également lors des négociations sur l'Accord de libre-échange nord-atlantique (ALENA) et sur l'Accord multilatéral sur l'investissement au sein de l'OCDE.

la Nouvelle-Zélande, l'Australie opposés à l'adoption d'un instrument international voué à la régulation des industries culturelles (Vlassis 2011). Ainsi, sur des points controversés, le texte de la CDEC s'est négocié sur la base d'un consensus délibérément ambigu (Palier 2003). L'article 20¹² qui traite les relations de la CDEC avec les accords commerciaux contient deux paragraphes à première vue inconciliables qui reflètent autant la volonté des États d'exclure tout lien de subordination de la CDEC aux autres traités que le souhait d'autres pays de ne pas remettre en cause leurs engagements internationaux¹³. Au cours de vingt ans, la AGCS et la CDEC font alors émerger un espace polycentrique (Delmas-Marty 2001) relativement à la régulation internationale de l'audiovisuel ; cette dernière relève simultanément de deux ensembles normatifs internationaux non homogènes et non hiérarchisés entre eux et la délimitation de leurs compétences devient alors subtile.

c. L'Inde et la Chine au sein du régime international de l'audiovisuel

John Odell (2000) distingue deux types des stratégies lors des négociations multilatérales: d'un côté, la stratégie distributive déployée par des acteurs qui considèrent les négociations comme un jeu à somme nulle et d'un autre, la stratégie intégrative fondée sur des concessions mutuelles et un rapport donnant-donnant. De son côté, Philippe Le Prestre (2005) identifie quatre rôles distincts que peuvent jouer les États : a. un rôle dirigeant, ou de chef de file (l'État cherche à faire avancer la coopération dans le domaine dans un sens qu'il préfère) ; b. un rôle d'appui ou de suiviste (l'État soutient les initiatives d'État chef de file) ; c. un rôle de balancier (l'État exige d'importantes concessions à ses intérêts comme prix de son soutien) ; d. un rôle de frein, voire de blocage (l'État freine ou s'oppose à un accord soit par intransigeance, soit par refus de le mettre en œuvre). Bertrand Badie (2011 : 236) distingue, quant à lui, quatre stratégies : le conformisme, l'innovation, le ritualisme, ainsi que l'évasion/la rébellion.

Dans les cas de l'AGCS et la CDEC, les stratégies de l'Inde et de la Chine oscillent entre un appui dans les initiatives de chefs de file et un rôle de balancier. Elles se caractérisent également de modération et d'ambivalence.

Inde : stratégie modérée, alliances sporadiques et ambivalence

L'Inde est un des premiers pays qui ont pris des engagements au sein de l'OMC en faveur de la libéralisation de l'audiovisuel. Elle est, parmi les dix-huit États, qui favorise l'inclusion de l'audiovisuel dans l'agenda de l'AGCS lors de la dernière phase des négociations en 1993.

¹² L'inclusion de l'article 20 traduit largement de la particularité de la CDEC vis-à-vis d'autres textes juridiques de l'UNESCO, puisque l'objet propre de la CDEC ne consiste pas en la diversité culturelle au sens large du terme, mais en un aspect précis de cette dernière qui concerne l'enjeu « commerce-culture », portant sur les produits et services culturels distribués par les industries culturelles.

¹³ Article 20 : « 1. Les Parties reconnaissent qu'elles doivent remplir de bonne foi leurs obligations en vertu de la présente convention et de tous les autres traités auxquels elles sont parties. Ainsi, sans subordonner cette convention aux autres traités (a) elles encouragent le soutien mutuel entre cette convention et les autres traités auxquels elles sont parties ; et (b) lorsqu'elles interprètent et appliquent les autres traités auxquels elles sont parties ou lorsqu'elles souscrivent à d'autres obligations internationales, les Parties prennent en compte les dispositions pertinentes de la présente convention. 2. Rien dans la présente convention ne peut être interprété comme modifiant les droits et obligations des Parties au titre d'autres traités auxquels elles sont parties ». UNESCO, *Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles*, CLT-2005/CONVENTION DIVERSITE-CULT REV., Paris, UNESCO, 20 octobre 2005.

Parallèlement, dans la période 2001-2005, elle fait partie du groupe informel de l'OMC « *The Friends of Audiovisual* » réunissant l'Argentine, le Brésil, l'Égypte, les États-Unis, Hong-Kong, le Japon, le Mexique, la Nouvelle-Zélande, le Royaume-Uni et Taiwan et visant à faire avancer les négociations sur les services audiovisuels au sein de l'AGCS. Cependant, d'un côté, les engagements pris par l'Inde sont très restreints; il s'agit d'adopter des engagements uniquement dans le secteur de la distribution de films et de cassettes vidéo en mode 3 et mode 4¹⁴. Ainsi, en matière de présence commerciale, l'Inde a ouvert son marché aux entreprises étrangères sous réserve de deux conditions : que ces entreprises agissent à travers de bureaux de représentation autorisés à fonctionner en tant que filiales d'entreprises constituées en dehors du territoire indien et que l'importation de titres soient restreinte à 100 par an. D'un autre, l'Inde se distancie des initiatives du club des amis de l'audiovisuel et ne signe pas en 2005 la dernière déclaration du groupe concernant l'avancement des négociations sur les services audiovisuels distribuée par les délégations de Hong-Kong, Japon, Mexique, Taiwan et États-Unis.

Lors des négociations en vue de l'adoption de la CDEC, la délégation indienne défend deux positions majeures : défense de la souveraineté étatique en matière d'industries culturelles et mise en place d'une Convention incluant des espaces étendus de discrétion. En ce sens, d'une part, suivant les chefs de file de la CDEC comme la France et le Canada, il s'agit de défendre l'importance des politiques culturelles et du rôle des États dans la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles, ainsi que l'aspect non-commercial des produits et services culturels (UNESCO 2004c : 30). D'autre part, il s'agit de s'opposer avec un nombre d'États important (États-Unis, Japon, Nouvelle-Zélande, Mexique, Corée du Sud, Argentine, Turquie) à l'adoption d'une Convention qui fera contrepoids au régime de l'OMC. Ainsi, il est favorable à la variante B de l'article 19 de l'avant projet de la Convention selon laquelle « rien, dans la présente Convention, ne modifie les droits et obligations des États parties au titre d'autres instruments internationaux existants ». D'ailleurs, l'Inde est un des quatre pays (États-Unis, Japon, Turquie) qui s'oppose ouvertement à l'inclusion d'un mécanisme des règlement des différends dans la CDEC, dans la mesure où celui-ci est « inutile, inopportun et anachronique » (UNESCO 2004a : 109) dans le cadre d'une convention destinée à sauvegarder la diversité culturelle. A la suite de leurs objections, l'article 25 du texte final de la CDEC inclut le paragraphe 4 selon lequel « chaque Partie peut, au moment de la ratification, de l'acceptation, de l'approbation ou de l'adhésion, déclarer qu'elle ne reconnaît pas la procédure de conciliation prévue ci-dessus » (UNESCO 2005). En plus, concernant l'article 6 de l'avant-projet qui prévoit les droits et les obligations des États parties au niveau national, l'Inde suggère la suppression du terme « obligations », ainsi que de l'expression « adopter les mesures règlementaires et financières », puisque ce genre de détail « doit être laissé à la discrétion des États Parties » (UNESCO 2004b : 52). Enfin, la délégation indienne se distancie largement du débat autour du renforcement de la coopération culturelle internationale et de la mise en place d'un Fonds international pour la diversité culturelle; il effectue alors un seul commentaire sur cette question relativement à la suppression de l'article sur l'établissement d'un Observatoire de la diversité culturelle – position défendue par plusieurs pays développés et en voie de développement -, estimant que « le terme observatoire ne cadre pas avec l'esprit de la Convention » (UNESCO 2004c : 31).

¹⁴ Mode 3 : établissement de filiales ou de succursales par une entreprise étrangère en vue de la fourniture de services dans un autre pays ; Mode 4 : Présence des personnes physiques pour fournir des services dans un autre pays membre de l'OMC. Par exemple, une équipe étrangère produit un film pour un studio de production local.

Chine : intégration réservée, stratégie consistante et contraintes institutionnelles

De son côté, ayant accédé en 2001 aux Accords de l'OMC, la Chine subit de fortes pressions les conduisant à ouvrir son marché audiovisuel¹⁵. La Chine a adopté des engagements dans le secteur des services de distribution de vidéos, de distribution d'enregistrements sonores et des services relatifs aux salles de cinéma. Pour ces trois secteurs, aucune limitation n'a été établie en ce qui concerne la fourniture transfrontières où seul le service dépasse les frontières nationales (c'est le cas, dans le secteur audiovisuel, de la diffusion directe de programmes de télévision à l'étranger) et la consommation à l'étranger (ce qui n'est pas très important économiquement pour le secteur audiovisuel). Pour ce qui est des services relatifs aux salles de cinéma, ce pays a établi que les fournisseurs de services étrangers seront autorisés à construire et/ou à rénover des salles de cinéma, la part de l'investissement étranger étant limitée à 49%. En plus, la délégation chinoise a précisé que ces engagements sont « sans préjudice du respect des réglementations chinoises concernant l'administration des films et que la Chine autorisera l'importation de vingt films cinématographiques par année pour projection en salle sur la base du partage des recettes » (Richieri-Hanania 2009 : 121).

D'ailleurs, lors des négociations sur la CDEC, la Chine est favorable à la reconnaissance explicite du droit souverain des États de mettre en œuvre des politiques culturelles et à une Convention forte et efficace au régime commercial de l'OMC. En ce sens, dans le débat sur l'article 19, il s'agit de privilégier la variante A qui prévoit une non-subordination de la CDEC face aux accords commerciaux. De ce fait, la délégation chinoise souhaite une Convention qui jouit d'un statut légitime dans le cadre du droit international, notant plus spécifiquement dans ses commentaires que « la Convention devrait devenir une référence pour l'OMC et d'autres instances internationales de manière à ce que tous les régimes internationaux puissent fonctionner comme un tout » (UNESCO 2004a : 87). Rappelons qu'à la différence de l'Inde, la Chine fait partie du Réseau international pour la politique culturelle, créé par le gouvernement canadien en 1998 en vue de défendre l'importance des politiques culturelles à l'échelle internationale, accueillant aussi la 5ème réunion annuelle du Réseau, à Shanghai mi-octobre 2004, un an avant l'adoption de la CDEC.

En plus, la Chine suggère la suppression de deux paragraphes de l'avant-projet qui font référence explicite aux droits de propriété intellectuelle et plus spécifiquement le paragraphe 1 de l'article 19 selon lequel « rien, dans la présente Convention, ne peut être interprété comme portant atteinte aux droits et obligations des États parties au titre de tout instrument international existant relatif aux droits de propriété intellectuelle auxquels ils sont parties ». Enfin, la Chine reste beaucoup plus favorable au renforcement de la coopération culturelle internationale, en défendant la mise en place du FIDC. Il est révélateur que jusqu'à présent, les contributions de la Chine au FIDC atteignent 230 000 \$, beaucoup plus élevées qu'à celles de l'Inde (45 000 \$), du Brésil (50 000 \$) ou même à celles de la Suède et du Danemark.

Néanmoins, les positions défendues par la Chine lors des négociations sur la CDEC se confrontent à la pression exercée par les États-Unis pour une libéralisation plus accrue du marché cinématographique chinois. Ainsi, suite à une plainte des États-Unis en 2007 qui met en cause les réglementations posées par la Chine pour les exportateurs et les distributeurs américains de nombreux produits audiovisuels, les jugeant « discriminatoires », l'OMC condamne en août 2009

¹⁵ Rappelons que dans la période 1996-2011, vingt nouveaux États ont adhéré à l'OMC ; une dizaine de ceux-ci ont pris des engagements dans le secteur de l'audiovisuel.

la Chine pour ses pratiques commerciales jugées illicites dans le domaine culturel – cinéma, livres, musique. Lors des réunions du groupe spécial établi par l'Organe de règlement des différends en novembre 2007, la Chine ne conteste pas les arguments des États-Unis concernant l'incompatibilité de ses mesures avec ses engagements en matière de droits de commercialisation, mais elle affirme que ses mesures régissant ces produits sont justifiées au titre de plusieurs exceptions. Pour cela, elle s'efforce de justifier ses mesures en commençant par invoquer la CDEC. Dans sa première communication écrite, la Chine fait alors référence explicite à la CDEC pour souligner que les biens culturels sont différents des autres biens non culturels et que les Membres se ménagent une plus grande marge de manœuvre pour régler ces marchandises (OMC 2009a : 107). En plus, notant que la spécificité des biens culturels est affirmée dans la CDEC, la Chine demande que l'Organe d'appel soit « conscient dans le présent appel de la nature spécifique des biens culturels (OMC 2009b : 15). Les membres du Groupe notent toutefois que la référence à la CDEC ne corrobore pas la position de la Chine dans la mesure où la CDEC n'exclut pas une situation dans laquelle, elle sert d'une façon quelconque du motif pour justifier des violations alléguées des Accords de l'OMC. Le Groupe spécial de l'OMC fait référence explicite au paragraphe 2 de l'article 20 de la CDEC selon laquelle « rien dans la présente convention ne peut être interprété comme modifiant les droits et obligations des parties au titre d'autres traités auxquels elles sont parties ».

Par conséquent, la Chine s'efforce d'assouplir son système de quotas, en permettant à des films non-nationaux d'accéder au marché cinématographique chinois. De ce fait, en février 2012, le vice-président américain, Joe Biden, a annoncé que la Chine visait à autoriser quatorze films hollywoodiens supplémentaires dans son marché cinématographique (de préférence pour les formats 3D et Imax) et à augmenter la part des recettes reversée aux distributeurs étrangers, de 13 % à 25 % (Vlassis 2012).

2. Les structures domestiques des puissances émergentes en tant que source d'interprétation

Alors que les deux puissances émergentes ont un poids considérable dans le paysage cinématographique mondial en ce qui concerne la taille de leur marché et la production des films, lors des négociations multilatérales, elles oscillent entre un rôle d'appui, soutenant les initiatives des États-chefs de file des négociations et un rôle de balancier, exigeant des concessions à leurs intérêts comme prix de leur soutien. En plus, les deux puissances ne constituent en aucun cas une coalition déployant une stratégie commune face aux pays développés et d'ailleurs, leurs alliances sont aléatoires et provisoires en fonction de la question abordée (coopération culturelle, interface commerce-culture, souveraineté culturelle).

Même si techniquement la libéralisation du commerce suit une trajectoire quasi-similaire en Inde et en Chine et devient une priorité de deux puissances émergentes dans les années 1980 (Panagariya, 2008: 260), les trajectoires institutionnelles, économiques et politiques du cinéma, oscillé entre production matérielle et production symbolique, affiche des traits caractéristiques distincts censés interpréter la façon dont les deux pays abordent leur industrie cinématographique à l'échelle internationale. Nous visons à mettre en lumière les structures domestiques de deux puissances émergentes à travers quatre facteurs : a. structures institutionnelles ; b. mesures publiques ; c. langage filmique ; d. structure du marché et pénétration des sociétés étrangères.

a. Inde et cinéma : fragmentation, intervention discrète, langage filmique particulier et autosuffisance.

L'essor du cinéma indien démarre très tôt dans les années 1920 quand ce pays est encore sous tutelle britannique. Comme le rappelle Joël Farges (1997), l'Inde fut proprement enchantée par l'invention du cinéma : « il n'existe pas par le monde, de pays qui ait aussi vite et aussi totalement intégré une invention étrangère ». L'État indien reconnaît de longue date la nécessité de réguler la filière cinéma mais les projets inaboutis de l'*Indian Cinema Council* en 1927, de l'*Indian Motion Picture Congress* en 1939 et du *Report of the Film Enquiry Committee* en 1951 attestent les résistances de l'industrie cinématographique indienne relativement à la tentative de contrôle étatique du cinéma et à la fin des avantages financiers pouvant à la suite d'un fonctionnement capitaliste anarchique (Deprez 2010 : 37-44). Dès les années 1950, les faiblesses du système indien sont manifestes : d'un côté, l'implication des milieux mafieux dans la production cinématographique considérée comme un instrument de blanchir l'argent sale ou d'échapper aux services fiscaux de l'administration, sans atteindre un retour sur l'investissement, et d'un autre côté, une mauvaise organisation de la filière de la production à la distribution et à l'exploitation des films, réputée désorganisée et peu transparente,

La première véritable intervention du gouvernement indien a lieu dans les années 1960 : création de *Film Finance Corporation*, chargée de financer des films et de l'Institut du film de Pune, école nationale du cinéma en 1960 ; création de la *Film and Television Institute of India* en 1964, équivalent de la Cinémathèque. La *Film Finance Corporation* intègre l'*Indian Motion Picture Export Corporation* en 1980 et devient la *National Film Development Corporation* (NFDC) qui constitue la seule instance étatique d'aide à la production et à la diffusion des films en Inde, mais aussi à l'exportation des films indiens, à l'importation des films étrangers, aux coproductions internationales et aux projets techniques (Wiel 2008). Néanmoins, sa capacité financière et réglementaire reste largement restreinte : jusqu'à présent, la NFDC a financé au total environ 300 films (surtout films d'auteur), nombre de films très restreint compte tenu d'une production annuelle indienne à environ 1000 films. En plus, dans la période 2011-2012, son budget affiche une croissance de 38 % et atteint environ 35 millions d'euros, somme modeste comparée au budget du Centre français du Cinéma qui atteint en 2011 à 806 millions d'euros. L'intervention de la NFDC ne couvre qu'une part infime de la production cinématographique nationale, le manque de moyens n'autorise donc pas à parler d'une véritable politique interventionniste. Il ne s'agit pas d'ériger des règles protectrices mais de servir de conserver un patrimoine culturel, de veiller au maintien des différentes productions régionales, tout en promouvant des messages d'ordre social (Deprez 2010 : 37-44).

En ce qui concerne les politiques réglementaires, l'adoption des mesures telles que des quotas de projection, contrôle d'investissement, partage des recettes par le gouvernement est largement sporadique avant le début des années 1990. Il s'avère que la panoplie des mesures publiques prises par les gouvernements indiens correspond à un protectionnisme très discret et les aides financières et réglementaires en faveur du cinéma indien sont beaucoup plus limitées que dans d'autres pays comme en Chine, en Corée du Sud ou même en France. Ainsi, durant les années 1960, les majors hollywoodiennes distribuent environ 150 films par an et doivent faire face à la censure opérée par le gouvernement sur les scripts, ainsi que au manque des cinémas et au faible prix des billets. En 1971, le traité d'importation entre la MPAA et le gouvernement indien arrive à expiration. En signe de protestation contre les engagements non tenus de la MPAA, à savoir la promotion du cinéma indien aux États-Unis et l'investissement des fonds en

Inde, le gouvernement décide de ne pas renouveler l'accord et se propose de gérer lui-même l'importation des films étrangers par l'intermédiaire de l'*Indian Motion Picture Export Corp.* Entre 1971 et 1975, les films hollywoodiens se font de plus en plus rares en Inde et cette dernière importe surtout des films issus du bloc soviétique. En 1975, sous la pression de Henri Kissinger, les majors signent un nouvel accord qui prévoit la distribution de 150 films américains et la répartition de 15 % des recettes en salles avec un plafond de 300 000 dollars. En 1980, un nouveau traité à quatre ans est signé. Le nombre de films américains importés est limité à 100, mais le plafond est élevé à 500 000 dollars. Entre 1983 et 1984, aucun nouveau film hollywoodien n'est pas importé à la suite des désaccords entre le gouvernement indien et les majors sur la distribution des films et le partage des recettes. Le traité est renouvelé en 1985. Enfin, en 1993, les restrictions à l'importation sont supprimées et les majors ne peuvent pas répartir plus de 6 millions de dollars (Mingant 2010 : 40-41).

En plus, en Inde, nous retrouvons aussi un système de taxation privilégiant les films régionaux dans les différentes provinces indiennes. Les films provenant d'une autre région ou de l'étranger sont soumis à des taxes plus élevées. A titre d'exemple, en 1998, le Bengale prélève 41 % des recettes sur les entrées réalisées par des films externes, contre 16 % pour la production bengalie. Au Karnataka, les films extérieurs doivent verser une taxe s'élevant à 52 % des recettes, alors qu'aucun impôt n'est levé sur les films en kannada. D'ailleurs, Bollywood, utilisé à l'étranger pour désigner l'industrie cinématographique indienne, est le surnom donné au cinéma de langue hindi. Toutefois, il ne représente pas plus du tiers de la production totale indienne annuelle : il existe, en effet, d'autres industries régionales telles que Kollywood qui désigne le cinéma tamoul, ainsi que Tollywood pour le cinéma de langue telougou. Ainsi, en 2009, la production cinématographique indienne atteint 819 films en 21 langues différentes (20 % en Hindi, 17 % en Telugu, 14 % en Tamil).

Un autre caractère du paysage cinématographique indien est un langage filmique très particulier, à savoir le film « massala » qui domine depuis les années 1970 le cinéma indien. Celui-ci est un film de divertissement mélangeant amour, humour, drame, danse, musique et se terminant par un happy-end, sans fonction d'être un révélateur des maux d'une société injuste. Ce genre de films à très petit budget s'identifie au cinéma indien ; une grande partie de la production prolifique indienne adopte alors ce langage filmique spécifique, adapté au goût du public indien. Par extension, les films d'autres genres ou même les films d'auteur représentent une place infime dans le paysage cinématographique indien. Il est révélateur que durant la période entre 1960 et 2011, les films indiens ont réussi à remporter que quatre prix parmi les prix significatifs des cinq grands festivals internationaux (Cannes, Venise, Berlin, San Sebastian, Locarno) : en 1957 Lion d'or en Venise ; en 1973 Ours d'Or en Berlin; en 1981, Léopard d'or à Locarno et Ours d'argent en Berlin.

Enfin, soulignons que la machine productive privée en Inde (producteurs, distributeurs et organismes financiers) aboutit à saturer les écrans de films et de productions nationales. En salle les films étrangers représentent à peine 10 % de la consommation et depuis des années, en Inde la part de marché du cinéma national à plus de 90 %. Les tentatives de pénétration du marché intérieur indien de Hollywood n'a pour le moment que peu de résultats malgré l'ouverture économique du pays engagée depuis le début des années 1990. En 2009, on dénombre pourtant 283 films étrangers certifiés par les autorités administratives indiennes, dont 194 films américains et pas moins de 15 films français (ce qui place la France en deuxième position avec Hong Kong). D'ailleurs, le marché des films indiens hors du pays reste encore extrêmement limité. Soit les

films emplissent de bonheur et de nostalgie les communautés indiennes de la diaspora, soit les films sont vendus dans des pays sensibles à l'esthétisme des films indiens et à leur moralité (Afrique, Asie du Sud est). Ainsi, la place du cinéma indien reste extrêmement marginale. En Grande Bretagne, 13.7 % des films distribués en 2006 sont indiens mais ils ne représentent que 1.87 % du box office total.

b. Chine et cinéma : centralisation, ouverture contrôlée et insertion continue

De son côté, la politique de la Chine dans la filière cinématographique est beaucoup plus centralisée et interventionniste et son institution fondamentale est la China Film Group Corporation. Établie comme China Film Corporation en 1949 gère de façon centralisée et quasi-monopolistique toutes les composantes du paysage cinématographique chinois : production, importation, distribution, exploitation et censure officielle – taxe lourdement les produits audiovisuels étrangers.

Avant les années 1950, la part du marché pour les films hollywoodiens est entre 80 % et 90 %. A titre d'exemple, en 1936, la Chine importe 367 films étrangers, dont 328 hollywoodiens. Dans la période entre 1927-1949, davantage de 4 000 films hollywoodiens ont été projetés en Chine. A la suite de l'avènement de Mao, Hollywood jouit d'une période très brève de tolérance qui prend fin en octobre 1950 et la guerre de Corée. Dans les années 1950 et 1960, suite à l'absence des relations diplomatiques entre les États-Unis et la République populaire de la Chine, Hollywood n'a pas d'accès aux salles chinoises et la plupart des films étrangers en Chine sont en provenance de l'Union soviétique. Le film hollywoodien se considère comme un produit d'invasion culturelle et idéologique de l'Occident; pour cela, la nationalisation de l'industrie cinématographique devient une priorité centrale du parti communiste et des politiques culturelles chinoises (Zhu et Rosen 2010 : 17-33).

Dès les années 1970, dans le contexte international de détente, la MPAA cherche à établir des contacts avec les autorités chinoises à l'occasion des grands festivals du cinéma. Malgré la mise en place de quelques programmes d'échanges culturels, le marché chinois reste un marché quasi-fermé. Quelques films américains sont sélectionnés, achetés à prix fixe et distribués par la *China Film Corporation* qui détient alors toujours son monopole dans le paysage cinématographique chinois. Alors que le gouvernement chinois met en œuvre une politique en faveur des investissements étrangers et d'une ouverture du marché chinois à travers des réformes, ces dernières n'affectent guère le marché cinématographique. A la fin des années 1980, le cinéma est un des secteurs étatiques les plus conservateurs et son fonctionnement se fonde toujours sur une planification centrale et la propriété étatique, traits caractéristiques de l'économie chinoise avant la fin des années 1970 (Zhu 2003). Alors que la surveillance du Parti communiste se relâche dans d'autres industries culturelles telles que le livre et la musique, l'industrie cinématographique considérée comme un instrument idéologique de propagande destiné à un très large public est toujours soumise à une censure stricte et des restrictions sévères de production et de distribution (Zhu 2010, Zhang 2012).

Néanmoins, à la fin des années 1980 et au début des années 1990, l'industrie cinématographique chinoise traverse une crise profonde : réduction considérable de la fréquentation cinématographique et diminution de la production des films. La fréquentation cinématographique affiche une réduction de 30 % en 1993. De ce fait, les autorités chinoises entreprennent une ouverture lente du marché cinématographique chinois sous la crainte d'un

effondrement de l'industrie cinématographique chinoise et sous la pression de l'administration Clinton et des majors hollywoodiennes dans leur souci d'ouvrir des nouveaux marchés. En 1994, China Film Corporation accepte de donner un pourcentage des recettes pour dix films étrangers par an, continuant d'acheter les autres films à prix fixe et à sélectionner les films entrant dans le pays. En ce sens, en 1994, Warner Bros est le premier studio hollywoodien à bénéficier d'une part des recettes avec le film *Le Fugitif*. Cependant, China Film Group reste au cœur de l'activité cinématographique et garde plus de 85 % des recettes des films étrangers. Sur les dix films étrangers autorisés, 7 à 8 sont hollywoodiens. En 1995, les films importés détiennent 70 % de la part du marché et les recettes totales augmentent de 15 %. Malgré les quotas de projection, depuis 1996, les films étrangers et notamment hollywoodiens accaparent environ 40-50 % du marché cinématographique annuel, illustrant que le public chinois reste beaucoup plus réceptif aux images hollywoodiennes à la différence de l'Inde. Parallèlement, la Chine développe également un film d'auteur qui reçoit un grand nombre de prix dans les cinq grands festivals internationaux (Cannes, Venise, Berlin, San Sebastian, Locarno) : sans aucun prix significatif jusqu'à la fin des années 1980, les films d'auteur chinois remportent 18 prix entre 1989 et 2010. En plus, de 1995 jusqu'à présent, cinq productions chinoises ont enregistré des recettes de plus de 10 millions US\$ dans le marché des États-Unis (à la tête le film *Crouching Tiger, Hidden Dragon (2000)* avec 128 millions US\$ et *Hero (2004)* 54 millions US\$) contre une seule production indienne (*Monsoon Wedding (2002)*).

Désormais, suite à ses marges de profit considérables et son importance idéologique, l'industrie cinématographique est l'objet d'une politique d'incitation d'investissement et du contrôle étatique. En 1999, *Sony Pictures Entertainment* coproduit ainsi sa première sitcom chinoise avec les Beijing TV Arts Center. Cette année-là, la Chine autorise d'ailleurs que tout film coproduit sera automatiquement distribué en Chine, contournant par là les stricts quotas. Ainsi, le nombre total de ces dernières est passé de 10 en 2001 à 45 en 2008. Au début des années 2000, le quota est passé de 10 à 20 films étrangers, distribués en partage de recettes et d'autres films étrangers, dont le nombre est variable, sont vendus à China Film Group au forfait. En 2003, le gouvernement chinois met fin au monopole de China Film Corporation. Le secteur cinématographique chinois est contrôlé par la *State Administration of Radio, Film and Television (SARFT)* et la distribution est partagée entre deux groupes : China Film Group et Hua Xia. D'ailleurs, depuis 2004, les exploitants étrangers peuvent détenir jusqu'à 75 % du capital des circuits d'exploitation dans six grandes villes et leur participation est limitée à 49 % partout ailleurs. En 2004, la production cinématographique chinoise dépasse le nombre de 200 films (212). Enfin, depuis le début des années 2000, la croissance du marché cinématographique chinois reste considérable. En 2004, les recettes globales atteignent environ 435 millions US\$, alors que en 2012, le marché chinois est le deuxième plus grand marché cinématographique mondial avec des recettes totales à 2.7 milliards US\$.

Conclusion

Pour finir, il convient de dégager trois conclusions :

a. Au sein du régime international de l'audiovisuel, les puissances occidentales ne constituent pas un front commun ; au contraire, le clivage de départ se fonde sur une confrontation entre d'un côté les États-Unis suivis par le Japon, la Nouvelle-Zélande et l'Australie et d'un autre, la France, le Canada suivis par l'Espagne, l'Afrique du Sud. De ce fait, même si les pays occidentaux

restent les instigateurs principaux des nouvelles normes au sein du régime, la structure de ce dernier n'obéit pas à une logique des coalitions Nord vs. Sud ou pays développés vs. puissances émergentes. Par conséquent, lors des négociations multilatérales, les alliances de la Chine et de l'Inde sont aléatoires et provisoires. Même si le clivage central du régime se fonde sur la logique conflictuelle « libéralisation de l'audiovisuel vs. exception culturelle », les deux puissances émergentes entretiennent des alliances sporadiques en fonction des questions très spécifiques comme le règlement des différends, la coopération culturelle, le degré de la libéralisation de l'audiovisuel.

b. L'Inde se caractérise par un paysage cinématographique peu structuré, une production cinématographique en série qui est dispersée en plusieurs pôles, des pouvoirs publics très peu interventionnistes; le cinéma indien est également doté d'un langage filmique dominant qui est standardisé, très particulier et adapté aux goûts culturels du public indien. D'un côté, sans véritable intervention publique, le marché cinématographique indien est impénétrable face aux tentatives des majors hollywoodiennes et d'autres distributeurs. D'un autre côté, vu sa structure domestique, les films indiens sont très peu exportables. Par conséquent, au sein des arènes multilatérales, l'Inde déploie une stratégie modérée au sujet de ses moyens, ambivalente et peu structurée concernant ses objectifs. Plutôt que d'assimilation, il s'agit d'un conformisme stratégique, puisque les coûts et les bénéfices de son insertion dans le régime international de l'audiovisuel n'ont pas pour l'instant des véritables effets sur le fonctionnement et la structure de l'industrie cinématographique indienne.

c. En revanche, le paysage cinématographique chinois se caractérise par une centralisation étatique, une ouverture contrôlée aux produits cinématographiques étrangers, voire hollywoodiens, une incitation d'investissement suite aux marges de profit considérables de l'industrie, un public chinois beaucoup plus réceptif aux films hollywoodiens, ainsi qu'un film chinois davantage inséré dans les circuits internationaux. Au sein des négociations multilatérales, la Chine développe une stratégie reflétant ses priorités domestiques; elle vise d'un côté, à sauvegarder sa souveraineté culturelle/contrôle étatique dans l'industrie cinématographique et d'un autre, à favoriser l'OMC en tant qu'entité nécessaire et profitable à la Chine et à l'industrie cinématographique chinoise.

Les stratégies de deux puissances émergentes incarnent alors les trajectoires institutionnelles et économiques du cinéma en Chine et en Inde. Alors que cette dernière est pour le moment une puissance peu concernée par les enjeux du régime international de l'audiovisuel vu le caractère autarcique de sa cinématographie, la Chine correspond à un « éléphant tranquille » (Cai 2011) censé dans un avenir proche revendiquer l'innovation du régime et devenir l'instigateur des nouvelles règles du jeu¹⁶.

¹⁶ Soulignons que sous les auspices de la Chine, la ville chinoise Hangzhou a accueilli le Congrès international « La Culture : clé du développement durable » du 15 au 17 mai 2013. Il s'agit du premier Congrès consacré aux liens entre développement et culture depuis la Conférence intergouvernementale de Stockholm en 1998. Dans son discours d'ouverture, la vice-première ministre Liu Yandong a exprimé la détermination de la Chine d'être aux côtés de l'UNESCO pour faire inclure la culture dans l'agenda du développement post-2015.

Références bibliographiques

- ABELES M., *Anthropologie de la globalisation*, Paris, Payot, 2008.
- AUGROS J., *Bollywood vs. Hollywood*, Cinémaction, Les cinémas de l'Inde, Éditions Charles Corlet, 2011.
- BADIE B., *La diplomatie de connivence, les dérives oligarchiques du système international*, Paris, La Découverte, 2011.
- AUGROS J., KITSOPANIDOU K., *L'économie du cinéma américain : histoire d'une industrie culturelle et de ses stratégies*, Paris, Armand Colin, 2009.
- CAI H., « La Chine, un éléphant tranquille sur la scène des échanges internationaux », dans Marc Abélès (dir.), *Des anthropologues à l'OMC, scènes de la gouvernance mondiale*, CNRS Éditions, 2011, pp. 201-230.
- COHEN Elie, *La tentation hexagonale: La souveraineté à l'épreuve de la mondialisation*, Paris, Fayard, 1996.
- CRETON L., *Economie du cinema: Perspectives strategiques*, Paris, Nathan, 3ème edition, 2001.
- CRETON L., *Cinéma et marché*, Paris, Armand Colin, 1997.
- DAHLMAN C., *The world under pressure : how China and India are influencing the global economy and environment*, Stanford, Stanford University Press, 2012.
- DE WET E., *Hierarchy in international law : the place of human rights*, Oxford, New York, Oxford University Press, 2012.
- DELMAS-MARTY M., « Les processus de mondialisation du droit », dans Charles-Albert Morand (dir.), *Le droit saisi par la mondialisation*, Bruxelles, Editions Bruylant, 2001.
- DEPREZ C., *Bollywood, cinema et mondialisation*, Presses universitaires du Septentrion, 2010.
- FARGES J., « Le cinéma en Inde : Rasa cinematografica », dans Christophe Jaffrelot (dir.), *L'Inde contemporaine : de 1950 à nos jours*, Fayard, CERI, 1997, pp. 689-716.
- GAGNE G. (dir.), *La diversité culturelle : Vers une convention internationale effective ?*, Montréal, Fides, 2005.
- GANTI T., *Producing Bollywood, Inside the Contemporary Hindi Film Industry*, Duke University Press, 2012.
- GOMERY D., *The Hollywood Studio System : A history*, Palgrave Macmillan, 2008.
- GRANT Peter S., WOOD Chris, *Le marché des étoiles: Culture populaire et mondialisation*, Montréal, Les Éditions du Boréal, 2004.
- WIEL O., « Histoire du cinéma indien », dans Emmanuel Grimaud, Kirstie Gormely (dir.), *Le cinéma indien*, Asiexpo Edition, 2008, pp. 46-80.
- JIHONG W. and KRAUS R., « Hollywood and China as Adversaries and Allies », *Pacific Affairs*, 75(3), 2002 : 419-434.
- HAPPOLD M. (ed.), *International law in a multipolar world*, London, New York, Routledge, 2012.
- KATZENSTEIN P., *A world of regions, Asia and Europe in the American Imperium*, Cornell University Press, 2005.
- KLARE M., *Rising powers, shrinking planet : how scarce energy is creating a new world order*, Oxford, OneWorld, 2008.
- KURTH J. « The United States as a civilizational leader », in Peter Katzenstein (ed.), *Civilization in World Politics*, New York, Routledge, 2010.
- LAI H., LU Y. (ed.), *China's Soft Power and International Relations*, New York, Routledge, 2012.
- LE PRESTRE P., *Protection de l'environnement et relations internationales : Les défis de l'écopolitique mondiale*, Paris, Armand Colin, 2005.
- LI Mingjiang (ed.), *Soft power, China's emerging strategy in international politics*, Lexington Books, 2009.
- MATUSITZ Jonathan, « Globalisation of Popular Culture : From Hollywood to Bollywood », *South Asia Research*, vol. 32, n°2, July 2012, pp. 123-138.
- MICHALET C.-A., *Le drôle de drame du cinéma mondial*, La Découverte, Paris, 1987.
- MILLER T., GOVIL N., MAXWELL R., *Global Hollywood 2*, British Film Institute, 2005.
- MINGANT N., *Hollywood à la conquête du monde : marchés, stratégies, influences*, Paris, CNRS Éditions, 2011.
- MPAA, *Theatrical Statistics*, Washington, 2010-2012.
- MUSITELLI J., « L'invention de la diversité culturelle », *Annuaire français de droit international*, vol. 51, pp. 512-523.
- NARLIKAR A., *New powers : how to become one and how to manage them*, London, Hurst, 2010.

- OBSERVATOIRE EUROPEEN DE L'AUDIOVISUEL (OEA), *Focus, Tendances du marché mondial du film*, Strasbourg, 2000-2012.
- ODELL J., *Negotiating the World Economy*, Ithaca, Cornell University Press, 2000.
- OMC, *Chine-Mesures affectant les droits de commercialisation et les services de distribution pour certaines publications et certains produits de divertissement audiovisuels, Rapport du Groupe spécial*, WT/DS363/R, 12 août 2009a.
- OMC, *Chine-Mesures affectant les droits de commercialisation et les services de distribution pour certaines publications et certains produits de divertissement audiovisuels, Rapport de l'Organe d'appel*, WT/DS363/AB/R, 12 décembre 2009b.
- PALIER B., « Gouverner le changement des politiques de protection sociale » dans Pierre Favre, Yves Schemeil (dir.), *Être gouverné. Études en l'honneur de Jean Leca*, Paris, Presses des SciencesPo, 2003.
- PANAGARIYA Arvind, *India, the emerging giant*, Oxford University Press, 2008.
- REINOLD T., *Sovereignty and the responsibility to protect : the power of norms and the norms of the powerful*, London, New York, Routledge, 2013.
- RICHERI HANANIA L., *Diversité culturelle et droit international du commerce*, Paris, La Documentation française, 2009.
- RISSE T., ROPP S. C., SIKKINK K. (ed.), *The Power of Human Rights: International Norms and Domestic Change*, Cambridge University Press, 1999.
- SMITH M., *Power in the changing global order : the US, Russia and China*, Cambridge, Polity, 2012.
- SNYDER Q. Z., « Integrating rising powers : liberal systemic theory and the mechanism of competition », *Review of International Studies*, 39, 2013 : 209-231.
- TERHALLE M., « Reciprocal socialization : rising powers and the west », *International Studies Perspectives*, 12, 2011 : 341-361.
- TUNSTALL J., *The media were american : US mass media in decline*, New York, Oxford University Press, 2008.
- TYRRELL H., « Bollywood versus Hollywood : Battle of the Dream Factories », dans Tracey Skelton, Tim Allen (eds), *Culture and global change*, Routledge, 1999, pp. 312-319.
- UNESCO, *Avant-projet de Convention sur la protection de la diversité des contenus culturels et des expressions artistiques : Partie II : Commentaires spécifiques des États-membres*, CLT/CPD/2004/CONF.607/1, décembre 2004a.
- UNESCO, *Avant-projet de Convention sur la protection de la diversité des contenus culturels et des expressions artistiques : Partie III : Propositions d'amendements des États-membres*, CLT/CPD/2004/CONF.607/1, décembre 2004b.
- UNESCO, *Avant-projet de Convention sur la protection de la diversité des contenus culturels et des expressions artistiques : Partie I : Commentaires généraux des États membres*, CLT/CPD/2004/CONF.607/1, décembre 2004c.
- VLASSIS A., *Culture, commerce et normes : de l'exception culturelle à la diversité culturelle*, Le Bord de l'Eau Éditions (à paraître en septembre 2013).
- VLASSIS A., « Ouverture des marchés cinématographiques et remise en cause de la diversité culturelle », *Revue française de Géographie*, n°62, été : 97-108.
- VLASSIS A., « La mise en œuvre de la Convention sur la diversité des expressions culturelles : portée et enjeux pour l'interface entre le commerce et la culture », *Études internationales*, 42(4), décembre : 493-510.
- VEIRA M., « Rising States and Distributive Justice : Reforming international order in the twenty first century », *Global society*, vol. 26, n°3, 2012 : 311-329.
- WANG Jian (ed.), *Soft power in China : public diplomacy through communication*, Palgrave Macmillan, 2011.
- WEISS L. (ed.), *States in the global economy, Bringing Domestic Institutions Back In*, Cambridge University Press, 2003.
- ZHANG Y. (eds), *A companion to chinese cinema*, Sussex, Wiley-Blackwell, 2012.
- ZHU T., « Building institutionnal capacity for China's new economic opening », in Linda Weiss, « States in the global economy : bringing domestic institutions back in, Cambridge University Press, 2003.
- ZHU Y., ROSEN S. (ed.), *Art, politics and commerce in Chinese Cinema*, Hong Kong University Press, 2010.