

RAPPORT CULTUREL

Прогрес Европа Progress Europe
Besivystanti Europa Progresso Europa
Napredek Evropa Framsteg Europa
Fejlöðð Európa Edistys Postęp
Europa L'Europe en marche
Fortschritt Europa Eurooppa
Pokrok Evropa Pokrok Europa
Vooruitstrevend Europa
Πρόοδος Ευρώπη Europas
Fremskridt Progrese Europa
Eurooppa edusammud

RAPPORT CULTUREL L'EUROPE EN MARCHÉ

RAPPORT CULTUREL

L'EUROPE EN MARCHÉ

Sommaire

L'Europe a besoin d'émotions <i>Ingrid Hamm</i>	4
La culture séduit <i>Kurt-Jürgen Maaß</i>	5

I. L'EUROPE – UN CONTINENT SANS CONTOURS ?

1. L'image de l'Europe	
1.1. L'Europe vue par elle-même	
L'invisible espace public européen <i>Bo Stråth</i>	10
La marque Europe <i>Simon Anbolt</i>	18
1.2. L'Europe vue par les autres	
Qui est Schopenhauer ? <i>Atsuko Onuki (Tokyo)</i>	30
Le musée Europe <i>Andrew Ian Port (Cambridge, Massachusetts)</i>	35
L'effacement d'un continent <i>Rajendra K. Jain (New Delhi)</i>	38
Adieu à l'Europe <i>Adjai Paulin Oloukpona-Yinnon (Lomé)</i>	42
Le traquenard de l'identité <i>Leopoldo Waizbort (São Paulo)</i>	50
L'Europe, un paradis <i>Sergej Sunlenny (Moscou)</i>	53
2. Culture et politique	
Clé de voûte ou plante d'ornement ? <i>Enrique Banús</i>	60
Terre en vue <i>Olaf Schwencke</i>	71
Le structurel alimente le culturel <i>Christine Beckmann</i>	82
3. L'Europa et la politique culturelle étrangère	
Partenariat et non représentation <i>Michael Bird</i>	90
Rompre avec le scénario Huntington <i>Traugott Schöftbaler</i>	97
Euphorie en Croatie <i>Marija Pejčinović Burić</i>	103
Du pain et des jeux <i>Gyula Kurucz</i>	107

II. LA CULTURE EN EUROPE – L'EUROPE DANS LA CULTURE

1. Les médias	
Le continent muet <i>Peter Preston</i>	116
L'Europe sur le petit écran <i>Deirdre Kevin</i>	123
2. Le Cinéma	
Se réconcilier au lieu de se diviser <i>Michael Schmid-Ospach</i>	132
Lever de rideau pour un cinéma de niche <i>Dina Iordanova</i>	137
La force des images <i>Wim Wenders</i>	143

3. L'éducation	
La fin du bastion éducatif national <i>Guy Haug</i>	150
Apprendre avec le temps <i>Andreas Schleicher</i>	156
Etudier sans frontières ? <i>Franziska Muche</i>	166
4. La langue	
Vous parlez l'européen ? <i>Ulrich Ammon</i>	178
Heureuse Babel <i>Etienne Barilier</i>	185
5. La musique	
Le son de l'Europe <i>Jean-François Michel</i>	194
Avons-nous le blues ? <i>Jonas Bjälesjö</i>	199
6. La littérature	
L'Europe lit <i>Albrecht Lempp</i>	206
Une maison (de la littérature) pour le continent <i>Florian Höllerer</i>	215
7. Le théâtre	
Une scène pour le théâtre européen <i>Bernard Faivre d'Arcier</i>	224
L'opéra visionnaire <i>Xavier Zuber</i>	231
8. L'art, l'architecture et la mode	
L'Europe, une œuvre d'art <i>Ursula Zeller</i>	238
La mode fait l'Europe <i>Un entretien d'Ingrid Loscbek et de Sibylle Klose</i>	249
Le monde de la mode – la mode du monde <i>Daniel Devoucoux</i>	263
La charpente de l'Europe <i>Hans Ibelings</i>	276

Impressum

Editeur : Institut für Auslandsbeziehungen et Fondation Robert Bosch,
avec la collaboration du British Council, de la Fondation suisse pour la culture Pro Helvetia
et de la Fondation pour la coopération germano-polonaise

Rédaction : Sebastian Körber, Jenni Roth

Collaboration : Stephan Hollensteiner, Claudia Judt

Conception graphique : Eberhard Wolf

Photos : Bettina Flitner

Adresse : Charlottenplatz 17, 70173 Stuttgart

Impression : Offizin Andersen Nexö Leipzig

Traductions : Stephan Hollensteiner, Krystyna Kopczynska, Marielle Larré, Jenni Roth, Henning Schimpf, Angelika Welt, Birgit Wittlinger

L'Europe a besoin d'émotions



Wim Wenders s'interroge dans la présente publication : « Lorsque j'étais jeune, je rêvais d'une Europe sans frontières. Aujourd'hui que je voyage dans tous les sens, virtuellement et réellement, sans devoir sortir mon passeport, que j'utilise même une seule monnaie pour mes paiements, où est passée mon émotion ? » Nombreux sont les citoyens européens – jeunes surtout – qui font la même expérience que le cinéaste allemand, qui ne se sentent ni représentés ni concernés par les institutions de l'Europe. Rien d'étonnant, remarque Wenders. Personne n'aime son pays à cause de sa politique ou de son marché. Vis-à-vis de l'extérieur comme vis-à-vis de ses habitants, l'Europe parle toujours de politique et de finances, jamais d'émotions.

Pourtant, les représentants des institutions bruxelloises savent pertinemment, et depuis longtemps, qu'il faut animer l'idée de l'Union européenne d'un nouveau souffle : « Un organisme sans âme est mort. Il faut à l'Europe unie une âme », pressentait déjà Jacques Delors, président de l'ancienne Commission européenne. Son successeur, José Manuel Barroso, va même plus loin aujourd'hui, il affirme que la culture est le pilier sur lequel se fonde le sentiment d'appartenance dont a besoin l'Europe et qu'il appartient à l'Europe de faire entendre sa voix à l'étranger, elle qui a « inventé » la tolérance envers les personnes, leurs opinions, leurs convictions et leurs différences.

Ainsi, la culture et la politique culturelle ont un rôle stratégique à jouer dans le processus d'unification européenne. Mais y a-t-on recours ? Qu'en est-il des relations culturelles à l'intérieur de l'Europe ? En quoi la politique culturelle et ses instru-

ments peuvent-ils contribuer à l'émergence d'une identité européenne ? Ce rapport culturel, publié par la Fondation Robert Bosch et l'Institut für Auslandsbeziehungen, apporte quelques éléments de réponse. Je remercie les auteur(e)s qui ont examiné ces questions sous les perspectives les plus diverses. Et je me réjouis que nous ayons trouvé dans le British Council, la Fondation suisse pour la culture Pro Helvetia et la Fondation pour la coopération germano-polonaise, d'autres partenaires dont le soutien nous a permis d'éditer ce rapport, non seulement en allemand, mais aussi en anglais, en français et en polonais.

Ingrid Hamm

Directrice de la Fondation
Robert Bosch

La culture séduit

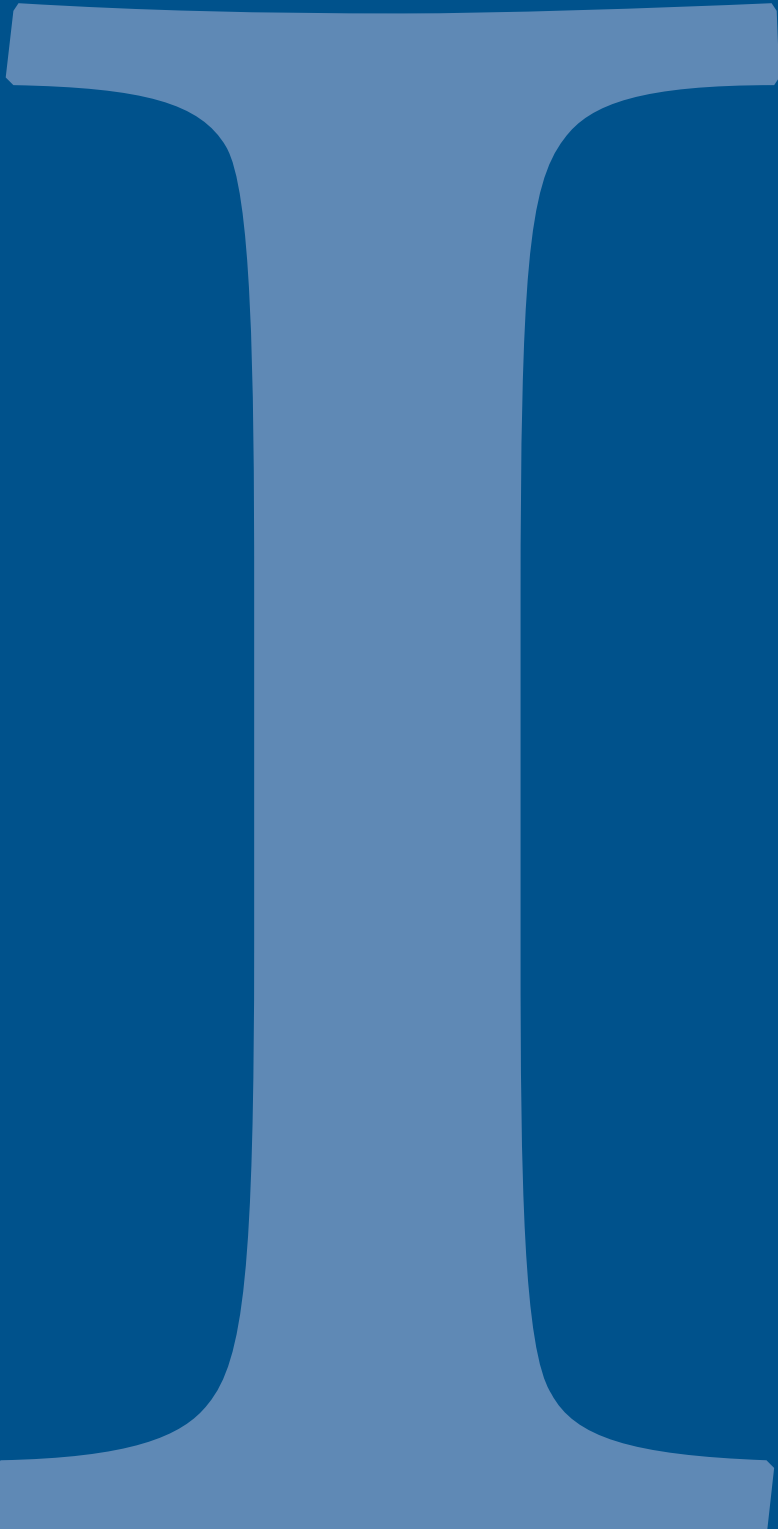


Qu'est-ce que cette chose que les uns possèdent, mais ne veulent plus, et que les autres désirent ? Alors que la plupart des Américains considèrent l'Europe comme un musée de la grande culture – même si certains d'entre eux ont vidé leurs bouteilles de Bordeaux dans les canalisations en guise de protestation, comme nous le raconte Andrew Ian Port dans son article, non sans ironie – l'Europe, elle, est toujours à la recherche de son identité. Cinquante ans après la création de la Communauté européenne, les projets de médias paneuropéens sommeillent dans les tiroirs et les questions urgentes qui concernent l'ensemble du territoire continuent de n'être discutées qu'à l'intérieur des frontières nationales. L'Europe n'est-elle véritablement qu'un agrégat de pays bienveillants les uns envers les autres, mais indifférents à une compréhension authentique, comme le prétend Peter Preston, journaliste britannique et ancien éditeur du « Guardian » ? Même si l'on ne peut partager cette vision pessimiste, une chose est sûre : croire qu'il suffirait à l'Union européenne de renforcer quelque peu ses relations publiques pour mieux expliquer ses traités, c'est faire fausse route. Prendre au sérieux le projet de l'Union européenne, c'est comprendre que la politique culturelle européenne requiert désormais de faire passer au premier plan la substance même de l'unification européenne. Car l'Europe ne manque pas d'atouts. Elle représente les Lumières, la foi dans le progrès et la tolérance. Ses pays et sociétés ont fait l'expérience de l'évolution vers la démocratie, l'Etat de droit et l'économie de marché. L'Europe offre des programmes de bourses intéressants, des bibliothèques internationales et une grande part du patrimoine culturel mondial

dans les arts, la musique, la littérature et le cinéma.

Ce rapport examine de près les éléments de l'Europe culturelle. Il rassemble des politiciens de la culture, des journalistes, des experts de l'éducation, des cinéastes, des dramaturges, des organisateurs de festival et des scientifiques du monde entier. Mes remerciements vont à ces auteur(e)s ainsi qu'à la Fondation Robert Bosch qui, en collaboration avec l'ifa, a rendu possible la réalisation de ce livre. J'aimerais tout particulièrement remercier tous les traducteurs et traductrices grâce auxquels ce livre paraît en quatre langues. Leur travail – qui se fait souvent dans l'ombre – est la condition de l'existence de cette publication, mais aussi d'une Europe où l'on ne parle pas seulement les uns des autres, mais les uns avec les autres.

Kurt-Jürgen Maaß
Secrétaire général de l'Institut für
Auslandsbeziehungen



Des femmes visionnaires Portraits de 48 Européennes

Bettina Flitner a parcouru l'Europe pendant deux ans afin de photographier de „grandes Européennes“. Elle a eu l'occasion de s'asseoir aux côtés de Miep Gies dans son salon de Amsterdam, celle-là même qui a caché Anne Frank et sauvé son Journal. Elle a visité le laboratoire de l'Allemande, Prix Nobel de médecine, Christiane Nüsslein-Volhard. Elle a accompagné Franka Pottente à son école de danse de Kreuzberg. Elle a rendu visite à Marion Dönhoff à Blankenese juste avant sa mort. Elle a rencontré la Baronne Cordopatri qui, menacée par la Mafia, se bat pour sauvegarder ses champs d'oliviers en Calabre. Bettina Flitner a réalisé 48 portraits de „grandes Européennes“ issues du monde de la culture, de la politique, de l'économie et de la société. Le rapport culturel L'Europe en marche vous présente 12 portraits de ces femmes.

Les portraits: 8/9 Marion Gräfin Dönhoff, journaliste • 28/29 Franziska Becker, caricaturiste • 48/49 Christa de Carouge, créatrice de mode • 58/59 Maria Lassnig, femme peintre • 80/81 Irene Khan, directrice amnesty international • 114/115 Kati Outinen, actrice • 148/149 Inge Feltrinelli, editrice • 176/177 Lea Linster, cuisinière • 192/193 Judit Polgar, joueuse d'échecs • 222/223 Pina Bausch, chorégraphe • 236/237 Magdalena Abakanowicz, artiste • 254/255 Dörte Gatermann, architecte

L'EUROPE - UN CONTINENT SANS CONTOURS ?





L'INVISIBLE ESPACE PUBLIC EUROPÉEN Qu'il existe un espace public européen ne fait aucun doute pour l'auteur. Le problème réside dans le fossé qui sépare cet espace de sa pratique institutionnelle. Les débats européens, centrés sur les problèmes, reflètent les querelles nationales et ignorent les institutions européennes. Ainsi au sommet de Nice, on a raté l'occasion de présenter l'Europe comme un tout et de conférer à l'unification économique un souffle culturel. *Bo Stråth*



Qu'est-ce que l'espace public européen ? Existe-t-il ? Et si oui, depuis quand ? Et qui sont les acteurs, les émetteurs et les récepteurs, les auteurs et les lecteurs de cette communication continentale, de ce processus transnational d'interprétation et de réinterprétation, susceptibles de constituer un espace public européen ? Et à quels problèmes fait référence le titre de cet article ?

La difficulté de définir l'espace public surgit lorsque les prémisses, ou les idées sur ce qu'il devrait être, diffèrent ou sont flous. Souvent il est fait référence à l'espace public démocratique des Etats-nations dans l'Europe de la seconde moitié du XX^e siècle. Et souvent cette référence finit par argumenter contre l'existence de l'espace public européen, qui ne serait

que la somme des espaces publics nationaux. A l'appui de cette argumentation, on évoque volontiers les barrières linguistiques qui, par essence, empêcheraient la constitution d'un tel espace.

Je crois cependant qu'il existe bel et bien un espace public européen. Malgré les barrières linguistiques, facilement franchissables grâce à la traduction. Et je crois même que cet espace ne cesse de s'agrandir. Il a existé un espace public bien avant que l'on parle d'espace public, en fait bien avant que l'idée de nation ait conquis le continent. Institutionnellement parlant, l'histoire de l'intégration européenne, qui a débuté dans les années 1950, peut être interprétée comme une accélération de la dynamique de cet espace.

On peut dater la première apparition de l'espace public européen du XVIII^e siècle, le siècle des Lumières, avant que les Etats-nations européens ne se forment. On pense à ce propos à la République des lettres. Les voyages et les relations épistolaires reliant les centres intellectuels et politiques de l'Europe ainsi que la diffusion des journaux et des livres ont fait naître une sorte de marché des idées et des opinions - même si la censure constituait un obstacle, que l'accès à ce marché était restreint et cet espace public très limité¹. La langue ne semble pas avoir été un obs-

tacle à une époque où les participants actifs à cet espace public communiquaient tous en français ou en latin. De plus, l'Europe était un sujet de discussions passionnées au sein de cet espace public international. Par exemple, on discutait sur tout le continent de l'importance de la notion de « civilisation européenne » comparée aux autres civilisations². Sans doute cet espace public perméable s'est-il refermé lorsque les Etats-nations se sont constitués au XIX^e siècle. Si on ne connaît pas exactement la cause de cette évolution, une chose est sûre : l'espace public européen n'a certainement pas disparu à leur apparition.

L'un des arguments invoqués pour infirmer l'importance de cet espace public européen est le fait que la majorité des Européens n'y participaient pas. La République des lettres était, après tout, une entreprise élitaires. Cependant, l'accès à tous et la participation de masse sont-ils des conditions sine qua non de l'existence d'un espace public ?³ Une telle assertion pose problème, en particulier à la lumière des récents développements technologiques des médias et de la concentration économique. Au lieu de voir une entreprise élitaires évoluer pour impliquer les masses, comme le terme « mass media » le suggère, on assiste au développement contraire, tout se réduit à une poignée de porte-voix qui s'adressent aux masses de façon univoque. L'ancienne notion d'un débat fondé sur la raison et la représentation des intérêts et des idées a été inversée et l'ancien concept de représentation a été remplacé par la création d'informations et de fiction. Ainsi, « public » ne signifie pas automatiquement « participation » et on peut se demander dans quelle mesure la confrontation des opinions dans l'es-

pace public se fonde sur un calcul et une communication rationnels des intérêts et dans quelle mesure elle se fonde sur une manipulation des opinions. L'affirmation de Jürgen Habermas selon laquelle il existerait une vérité sous-jacente ultime et selon laquelle la politique et les débats publics auraient pour but de rechercher cette vérité, doit faire l'objet d'un examen critique dans toute théorie sur l'espace public.

Historiquement, l'espace public s'est implanté durant tout le XIX^e siècle et au début du XX^e siècle en Europe. L'espace public de la République des lettres s'est étendu. La participation active a augmenté. De plus, l'émergence toujours plus puissante d'un marché littéraire, la disparition de la censure, la production en masse de journaux et de revues et le caractère international des lieux culturels tels que les théâtres et les salles de concert ont favorisé une communication continentale. En outre, après la Première Guerre mondiale, des organisations internationales telles que la Société des Nations ou les associations internationales des postes et téléphone, ont conduit à l'introduction de standards européens et, par suite, à la mise en place d'espaces transnationaux de communication.

Il s'est donc développé un espace public, perçu comme un forum de communication où se discutaient, se diffusaient et se négociaient les idées et les figures politiques, culturelles et économiques, et que le développement des mass media n'a fait que renforcer pour l'étendre à de larges secteurs de la population. Klaus Eder, entre autres, invoque un argument de poids : que, dans le cadre de l'intégration européenne de la seconde moitié du XX^e siècle, cet espace public s'articule autour

Vue par elle-même

de thèmes de discussion. La même question – Haider, Berlusconi ou la Constitution européenne – est débattue dans toute l'Europe, ce qui permet de passer outre les barrières linguistiques. L'espace public européen est multilingue.

Dans un certain sens, l'espace public s'est toujours articulé autour de thèmes de discussion. Fondamentalement, les intellectuels qui formaient la République des lettres réfléchissaient aux mêmes questions. Seulement, depuis les années 1950, le nombre des questions a considérablement augmenté et tout s'est accéléré avec l'intégration européenne.

La difficulté ne surgit que lorsqu'on associe l'espace public et la démocratie. L'espace public, et les discussions et tractations sociales qui y prennent place, sont souvent considérés comme les piliers de la démocratie. L'espace public est la pierre angulaire de la société civile, et la société civile est le fondement de la démocratie. La pensée de Habermas suppose un lien plus ou moins automatique entre espace public et démocratie. S'il en est ainsi, s'il existe un espace public européen, pourquoi n'existe-t-il pas de démocratie européenne ?

La question décisive est ici celle du degré de participation aux débats. La force mobilisatrice de l'espace public européen ne semble pas très grande. Les taux de participation aux élections au Parlement européen, par exemple, indiquent clairement que l'ensemble du projet d'intégration européenne est cruellement privé de légitimité.

On peut cependant se demander pourquoi il faudrait supposer, au niveau européen, un lien entre espace public et démocratie européenne. La raison d'être du projet d'intégration européenne était, à

l'origine, de protéger la liberté et la paix du marché dans le cadre de la Guerre froide, à une époque où « liberté du marché » voulait dire empêcher la concentration des capitaux et où « paix » signifiait maintenir une paix armée fondée sur la puissance militaire. L'objectif était, comme l'a formulé Alan Milward, de sauver les nations d'Europe occidentale par la liberté du commerce qui fournirait la base des Etats providence⁴. L'intégration européenne devait assurer la démocratie dans les Etats membres, mais il n'a jamais été question d'une démocratie européenne au niveau supranational.

On peut vaguement discerner l'idée d'une démocratie européenne à un niveau supranational derrière la décision du sommet de Copenhague de 1973 d'introduire une identité européenne. On a vu dans cette identité européenne un moyen de soutenir le projet d'intégration à une époque de difficultés économiques. Une idée également perceptible dans les décisions de 1979 sur les élections directes au Parlement européen et dans l'introduction, en 1980, du concept de citoyenneté européenne. Toutefois, que ce soit au niveau de la conscience ou au niveau institutionnel, rien n'a émergé qui pourrait être qualifié de supranationalité, c'est-à-dire un schéma d'identification et de politique dépassant les frontières nationales. Les élections directes au Parlement européen n'ont pas conduit à l'élaboration de circonscriptions européennes, et le discours identitaire n'a pas mené à la formation d'un peuple européen.

Dans le processus de formation des na-

La même question – Haider, Berlusconi ou la Constitution européenne – est débattue dans toute l'Europe, ce qui permet de passer outre les barrières linguistiques. L'espace public européen est multilingue.

tions européennes, les débats publics ont conduit au parlementarisme. La simultanéité du débat public et du débat parlementaire a encore renforcé la dimension démocratique des débats publics. On ne peut pas dire que ce soit le cas dans le cadre institutionnel de l'UE. Le débat européen, axé sur les sujets problématiques, est canalisé vers les centres nationaux de décision politique, ce qui accroît la probabilité de miner la légitimité et l'autorité de son centre politique, Bruxelles. Et c'est précisément le débat de valeurs provoqué par la question sociale qui désigne Bruxelles comme « l'Autre » et non comme un centre politique ayant la capacité de répondre aux protestations. C'est un enjeu fondamental, mais peu discuté, qu'affronte l'UE. Les parlements nationaux et les principes du parlementarisme qui, historiquement, sont nés en réponse aux protestations et aux pressions formulées dans l'espace public des nations en formation, n'ont pas, au niveau européen, la même charge de critique sociale et de débats. Ce fossé entre l'espace public européen et les institutions européennes pose un problème de légitimité à l'UE, un problème lié à l'espace public européen, non à la question de savoir si un tel espace existe ou non.

Cependant, le problème de légitimité est moins lié au fossé lui-même qu'à deux autres facteurs. Depuis les années 1950, l'intégration du marché s'est étendue à d'autres domaines de la société afin de faire tomber les obstacles à la concurrence. La libéralisation du marché entre les Etats membres, l'érection d'une barrière douanière commune envers les Etats tiers, les normes de protection environnementale et sociale, pour la circulation, la communication et l'éducation,

la santé, les produits alimentaires et de nombreux autres domaines ont été considérées comme des obstacles techniques potentiels qu'il s'agissait de franchir en unifiant les standards et les règlements. Plus les exigences de l'eupéanisation ont influé sur la vie sociale et plus les citoyens européens se sont montrés chatoilleux. Pourquoi Bruxelles devrait-elle décider de la taille d'une fraise ou de la longueur d'une banane ? La réponse est que tout cela tient à la logique de l'évolution du marché vers un accroissement de la concurrence, parce que la concurrence a pour corollaire une unification des standards et des normes.

Le second facteur est l'accroissement dramatique de l'inégalité sociale à l'intérieur de l'UE après l'élargissement de l'Europe de 15 à 25 pays. L'inégalité croissante a suscité la peur du dumping social qui, à son tour, a mené à une politique de protectionnisme social.

Le conflit entre dumping social et protectionnisme social est un risque auquel l'Europe est confrontée, et indépendamment de son importance, ce risque ne devrait pas être ignoré. Les pressions politiques exercées à propos de la Directive des services démontrent l'étendue possible de ce risque. Une comparaison avec le rôle de l'espace public dans le développement des Etats-nations suggère que la légitimité politique ne peut provenir que d'une association plus étroite de l'espace public et des institutions politiques européennes, cibles de la critique. Le manque croissant de légitimité ne soulève pas seulement des questions de pouvoir et de gouvernement, mais aussi d'éthique et d'identification. L'UE restera-t-elle unie, et si oui, parviendra-t-elle à susciter un sentiment d'appartenance commune chez les citoyens

européens ? Un tel sentiment d'appartenance se développe-t-il parallèlement aux loyautés nationales ou contre elles ? Quel est le rôle – réel et potentiel – des dirigeants politiques et des mass media dans ces développements ?

Les médias et la mutation des valeurs dans l'espace public européen

On peut penser que les médias forment l'univers discursif au sein duquel les valeurs nationales et européennes, l'éthique et les identités se construisent. Ces dernières années, l'expérience a montré combien les humeurs changent, combien l'Europe est éphémère et inconsistante et combien elle ressemble peu aux fréquents fantasmes la dépeignant comme une catégorie institutionnalisée fixe et rigide, qu'on y voit un marché ou une administration politique. Au cœur de cette apparence de stabilité se niche l'instabilité. Les solutions apportées à un problème sont grosses de nouveaux défis et de nouveaux problèmes. Un premier scénario voit l'Europe comme un projet évoluant vers des phases d'intégration de plus en plus profondes, de plus en plus raffinées et, en même temps, de plus en plus étendues, ce qu'on désigne sous le terme de « incrémentation fonctionnelle ». Un second scénario assure que, depuis un demi-siècle, l'Europe est un projet qui va de crise en crise. Si, en termes institutionnels, il existe une certaine continuité de l'espace public européen, elle est beaucoup plus difficile à identifier en termes de substance et de valeurs.

Deux événements spectaculaires qui se sont produits en l'espace d'une année, montrent combien le profil médiatique de l'Europe et sa valeur peuvent facilement

fluctuer : le sommet de Nice en décembre 2000 et l'introduction de l'euro une année plus tard, le 1er janvier 2002. La façon dont les médias ont couvert les deux événements montre à quelle vitesse les humeurs changent et quel rôle important les médias – autant que les événements eux-mêmes – jouent dans ce changement. C'est un peu comme si le temps s'accélérait. Lorsque les dirigeants européens se sont réunis à Nice, ils auraient pu le faire dans une sorte de fierté euphorique, acclamer un projet en marche. Il s'agissait d'établir un planning pour le plus grand élargissement que connaîtrait l'UE, mettant un point final à la Guerre froide et à l'après-guerre, annonçant une nouvelle ère. L'agenda de l'unification de l'Europe : dans un sens une nouveauté absolue, l'Europe tout entière était au centre de l'intérêt.

Cette occasion de se montrer euphorique s'est effondrée lorsque la « grande geste », l'ouverture vers l'Est, s'est ensablée dans les questions institutionnelles : combien de voix aurait chaque Etat membre, quelle type de majorité était requis par quel type de décision, etc. Les représentants des Etats membres se sont accusés les uns les autres de défendre leurs propres intérêts politiques. Avec un malin plaisir évident, les médias ont dépeint la façon dont les dirigeants essayaient de guigner le jeu de leurs voisins tout en cachant le leur comme s'il s'agissait d'une grande partie de poker européenne. L'éloignement de leurs populations était encore accentué par les barricades de police élevées contre la violence des manifestations, auxquelles on ne peut donner que le nom d'échauffourées paramilitaires, comme elles sont devenues plus ou moins « normales » lors de sommets politiques.

Les dirigeants ont retiré leur initiative une année plus tard.

Le 1er janvier 2002 on a assisté à une remarquable manifestation de l'unification européenne. L'euro était célébré comme le symbole d'une nouvelle Europe, plus unifiée que jamais depuis l'Empire romain. Les dirigeants politiques recevant leurs premiers billets des distributeurs automatiques, aux côtés des gens ordinaires dans la rue, cette image dissolvait les hiérarchies entre les élites et la masse. L'Europe s'unifiait vraiment, horizontalement comme verticalement. L'euphorie était une euphorie réelle, et c'est bien comme un symbole d'unité que la nouvelle monnaie était célébrée. Les médias et les élites ne parlaient pas beaucoup de l'aspect strictement économique de l'événement, mais seulement du symbole d'unité. On fit fièrement référence à l'Empire romain et à Charlemagne. On ne se demanda pas si l'unification monétaire n'exigeait pas une sorte d'unification fiscale : ce genre de questions épineuses fut absente des débats.

Ce schéma schizophrénique se poursuit. Les débats sur la Constitution et sur l'Irak en sont deux exemples. Le débat sur l'Irak donna une nouvelle version de Nice, avec un peu plus d'intensité, une plus grande mobilisation populaire et des Etats membres s'affrontant les uns aux autres. Le contraste opposant le plaisir causé par le nouveau projet de Constitution au sommet de Thessalonique en juin 2003 et le pessimisme du sommet suivant à Bruxelles une année plus tard n'est qu'un exemple supplémentaire qui confirme et souligne la validité de ce mo-

Si, en termes institutionnels, il existe une certaine continuité de l'espace public européen, elle est beaucoup plus difficile à identifier en termes de substance et de valeurs.

dèle. Comme nous le savons, l'aversion envers la performance aristocratique et triomphale de Valéry Giscard d'Estaing à Thessalonique ne fit que s'accroître en mai et juin 2005.

Quel est l'impact des oscillations entre ces extrêmes, entre l'euphorie et le sentiment de crise, en termes de fragilité de l'ensemble du cadre institutionnel ? C'est la question qu'il convient de se poser. Dans quelle mesure ces glissements dramatiques sont-ils éphémères : proviennent-ils d'une rapide agitation des médias et se calment-ils tout aussi rapidement face à de nouveaux événements spectaculaires ? Et ces fluctuations de l'opinion médiatique ont-elles pour effet de « dé-légitimer » l'Europe à long terme ? Ou bien au contraire, l'attention croissante accordée à l'Europe, qu'elle soit positive ou négative, finit-elle par faire de l'UE une question politique « naturelle », c'est-à-dire par renforcer sa fonction de forum de conflits et de débats ? Que signifie réellement un espace public européen axé sur les questions problématiques ? Si les médias forment l'univers discursif au sein duquel les valeurs nationales et européennes et les identités se construisent, il semble évident qu'on ne peut définir ces valeurs simplement. Les valeurs de l'Europe ne peuvent exister que comme des valeurs contestées et toujours changeantes, au gré des circonstances. Il n'existe pas de canon européen de valeurs, quel que soit le nom qu'on veuille lui donner : chrétien, rationnel, inspiré des Lumières ou des sciences ou quoi que ce soit d'autre. Tout au plus peut-on parler d'une vaste réserve de valeurs, où puiser de diverses façons selon les circonstances.

Dans le projet Emediate, un consortium européen de recherche coordonné

Vue par elle-même

par l'Institut européen de l'Université de Florence et financé par le Programme-cadre de l'UE, l'acronyme Emediate signifie « Ethics and Media of a European Public Sphere ». Du Traité de Rome à la Guerre contre le terrorisme, nous avons examiné le degré de discussion et de changement d'une série de phases critiques, des années 1950 à la Guerre d'Irak. Par rapport à ces discussions et à ces changements, il est difficile de comprendre la notion de valeurs européennes comme dérivant en ligne directe du monde antique et de la Chrétienté. La qualité et la substance des débats médiatiques sur l'Europe, son rôle et ses responsabilités se modifient continuellement.

La période 2003-2005 a été particulièrement intense en matière de valeurs européennes. L'Europe, comme projet de paix dans le cadre de la Guerre contre le terrorisme, a été le théâtre de tensions très fortes en ce qui concerne la production de valeurs dans l'espace public. L'Europe soutenant ou contrecarrant les Etats-Unis, du côté de l'Axe du Bien contre l'Axe du Mal : cela signifiait que des valeurs occidentales s'opposaient à des valeurs européennes. Les droits de l'homme comme valeur européenne centrale se sont opposés à une tradition de raison d'état sur le modèle de Hobbes, au Kosovo et en Irak. La question de la solidarité sociale, tellement cruciale au moment où les nations se construisaient au XIX^e siècle, s'est transformée en problématique largement débattue après l'élargissement de l'UE des 15 à l'UE des 25 en 2004, les parties s'accusant réciproquement de dumping social ou de protectionnisme social. Il serait dangereux de tenter de résoudre ces tensions sur les valeurs sociales en transformant le débat sur les frontières

sociales internes de l'Europe en débat sur ses frontières culturelles externes, où la culture est définie en termes d'ethnie et de religion. La Turquie est un cas d'épèce. Nous devrions nous rappeler l'histoire européenne et les risques qu'il y a à invoquer la cohésion culturelle.

La théorie d'un espace public européen

A bien des égards, la théorie d'un espace public axé sur les questions problématiques trouve son origine dans une représentation du monde selon Habermas, où l'espace public désigne une communication fondée sur la raison qui, à son tour, conduit à des solutions et à des compromis rationnels en réponse à des problèmes bien identifiés. L'espace public est le lieu de l'argumentation rationnelle. C'est grâce à la raison que le patriotisme et le peuple européens pourront émerger. Une constitution européenne serait donc le produit dérivé de l'espace public européen et l'identité européenne un produit dérivé de la Constitution européenne.

Dieter Grimm et d'autres ont remis en cause, dans les années 1990, cette opinion qui veut que l'espace public ne puisse se former qu'après constitution d'un peuple européen et non le contraire, comme le prétendait Habermas⁵. Ce désaccord entre Habermas et Grimm (qui rappelle les discussions sur l'œuf et la poule) est probablement le genre d'entrée en matière qui ne nous mènera nulle part. L'historien Reinhart Koselleck oppose une objection plus substantielle au modèle de Habermas : pour lui, la modernité est un mouvement constant et accéléré entre la critique et la crise. L'accélération vient de ce que l'intervalle entre nos expériences

L'inégalité croissante a suscité la peur du dumping social qui, à son tour, a mené à une politique de protectionnisme social.

et leur traduction en horizons d'avenir s'amenuise de plus en plus. Nos expériences se sont accrues de telle manière qu'il devient de plus en plus difficile d'en avoir une vue d'ensemble et de définir, à partir d'elles, de nouveaux horizons d'attentes. Les fondements même de l'espace public comme médiateur d'informations sont menacés par l'accélération et la croissance exponentielle du nombre d'informations. Cet intervalle entre l'expérience et les attentes s'est encore réduit après la fin de la Guerre froide. Dans un premier temps, les événements de 1989 ont été interprétés comme libérant un espace où les attentes placées dans un seul monde unifié ne connaissaient ni frontières de temps ni frontières géographiques. Dans certaines versions, l'histoire arrivait à sa fin. Les développements en Yougoslavie ont montré combien ces nouveaux horizons d'attentes étaient erronés et combien le décalage entre expérience et attentes s'est rapidement resserré. On peut voir la contribution la plus récente à cette rétraction dans les signes croissants de conflit social suite à l'élargissement de l'Europe, ce qui en vérité ne manque pas d'ironie, étant donné les éloquentes discours sur l'unification finale de l'Europe prononcés le 1er mai 2004.

Habermas peut être considéré comme un théoricien optimiste sur l'espace public européen. L'évolution des dix à quin-

ze dernières années indique qu'il faut tenir compte des opinions plus pessimistes de Koselleck. Il y a une autre raison pour laquelle la théorie de Habermas doit être mesurée à d'autres positions. Je pense, en particulier, aux vues d'Adorno et de Horkheimer sur les mass media comme instruments de la consommation de masse et de la manipulation du marché plutôt que comme messagers d'arguments rationnels, comme manipulateurs de l'opinion conditionnés par le marché plutôt que comme diffuseurs neutres d'informations et de savoirs. Je ne dis pas que Habermas soit dépassé à tous points de vue, mais je prétends que sa théorie doit faire l'objet d'une analyse et être comparée à d'autres plus pessimistes ou, disons, plus réalistes. Nous avons besoin de Habermas peut-être comme source d'inspiration et objectif que nous devrions toujours garder présent à l'esprit. Cependant, si nous voulons éviter toute naïveté dans la discussion sur le futur de l'Europe, nous ne pouvons nous référer à lui seul.

Bo Stråth est, depuis 1997, professeur d'histoire contemporaine à l'Institut européen de l'Université de Florence. De 1990 à 1996, il a enseigné l'histoire à l'Université de Gothenburg. Ses recherches portent en priorité sur la perspective historique et globale de l'époque moderne européenne, de l'Europe sociale, de la culture et de l'opinion publique européennes.

¹ François, E. et Bodeker, H. E. (éd.): *Aufklärung/Lumières und Politik. Zur politischen Kultur der deutschen und französischen Aufklärung*. Leipzig 1996.

² Osterhammel, Jürgen: *Die Entzauberung Asiens. Europa und die asiatischen Reiche im 18. Jahrhundert*. Munich 1998.

³ En fait, comme l'a montré la recherche, entre les deux Guerres mondiales, ce n'est pas seulement une élite intellectuelle, politique et économique qui a activement participé à l'espace public européen. Voir Orluc, Katiana: «A last Stronghold against Fascism and National Socialism? The Pan-European Debate over the Creation of a European Party in 1932 », in: *Journal of European Integration History*, 2002, volume 8, numéro 2, pp. 23-43.

⁴ Milward, A. S.: *The European Rescue of the Nation States*. Londres 1994.

⁵ Grimm, Dieter: «Does Europe Need a Constitution?» in *European Law Journal* 1:3 1995: 282-302. Habermas, Jürgen: «Verfassungspatriotismus - im allgemeinen und im besonderen» in *Die nachholende Revolution*. Frankfurt/M. 1990. Ibid, «Ein Ruck muss durch Europa gehen» in *Die Weltwoche* 21, 2004. Graf Kielmansegg, Peter: «Lässt sich die Europäische Gemeinschaft demokratisch verfassen?» in *Europäische Rundschau* 22:2 1994: 23-33. Scharpf, Fritz W.: *Governing in Europe: Effective and Democratic?* Oxford 1999.

LA MARQUE EUROPE Sur l'échelle de popularité des nations, établie depuis 1996 par l'auteur du Nation Brand Index, de nombreux pays européens se classent en tête. Pourtant le continent ne se présente pas comme la somme des pays individuels. L'auteur ne parle pas seulement de la valeur de la marque, mais aussi de « *competitive identity* », parce qu'elle a plus à voir avec l'identité nationale qu'avec le marquage au sens où l'entend le secteur commercial. *Simon Anbolt*



Aujourd'hui, tous les endroits du monde s'efforcent de gérer leur renommée internationale. Nous sommes cependant loin de comprendre ce que cela signifie en pratique, et de quelle façon efficace et responsable les démarches commerciales peuvent être appliquées aux gouvernements, aux sociétés et au développement économique. De nombreux gouvernements, la plupart des conseillers et même certains spécialistes s'obstinent à donner aux termes de « place branding » une interprétation naïve et superficielle (promotion standard d'un produit, relations publiques et identité organisationnelle). Sauf que là, le produit est un pays, une ville ou une région au lieu d'être une banque ou une chaussure de course.

Pourtant il est crucial de bien comprendre de quoi il s'agit. Aujourd'hui, le monde entier forme un seul marché ; l'avancée rapide de la globalisation a pour corollaire que chaque pays, chaque ville et chaque région rivalise avec tous les autres pour sa part des consommateurs mondiaux, des touristes, des investisseurs, des étudiants, des entrepreneurs, des événements internationaux sportifs et culturels et pour l'attention et le respect des médias internationaux, des autres gouvernements et des peuples des autres pays.

Sur un marché aussi affairé et encombré, la plupart des gens et des organisations n'ont pas le temps d'aller voir à quoi ressemblent les autres endroits. Nous parcourons tous la complexité du monde moderne armés de quelques clichés simples, et ce sont eux qui forment l'arrière-plan de nos opinions, même lorsque nous n'en sommes pas toujours conscients et que nous ne l'admettons pas volontiers : Paris, c'est le style, le Japon, la technologie, la Suisse la santé et la précision, Rio de Janeiro le carnaval et le football, la Toscane la belle vie et la plupart des nations africaines, la pauvreté, la corruption, la guerre, la famine et la maladie. Nombre d'entre nous sommes trop occupés de nous-mêmes et de nos propres pays pour prendre le temps de nous forger une opinion exhaustive, équilibrée et informée des six milliards de gens et à peu

près deux cents pays restants. Nous nous contentons de résumés pour la grande majorité des gens et des endroits – ceux que nous ne connaissons ni ne visiterons probablement jamais – et ne commençons à étendre et affiner nos impressions que lorsque, pour une raison ou une autre, nous leur portons un intérêt particulier. Lorsqu'on n'a pas le temps de lire un livre, on le juge d'après sa couverture.

Ces clichés et ces stéréotypes – qu'ils soient positifs ou négatifs, véridiques ou erronés – affectent fondamentalement notre attitude envers les autres endroits et leurs habitants et produits. Cela semble injuste, mais on ne peut rien y changer. Il est extrêmement difficile pour une région ou un pays de convaincre les gens des autres coins du monde de dépasser ces simples images et de faire l'effort de comprendre la richesse et la complexité qu'ils cachent. Il est des lieux très progressistes qui sont loin de recevoir l'attention, les visiteurs, le commerce et les investissements dont ils auraient besoin, uniquement parce que leur renommée est faible ou négative alors que d'autres continuent d'exploiter une bonne image, acquise il y a des décennies sinon des siècles, et ne font rien pour la mériter aujourd'hui.

Tous les lieux possédant une bonne réputation, puissante et positive, découvrent que presque tout ce qu'ils entreprennent sur la scène internationale leur est plus facile ; et les lieux à la mauvaise réputation découvrent que presque tout leur est plus difficile, pour ne pas dire virtuellement impossible.

C'est pourquoi tous les gouvernements et toutes les administrations régionales responsables ont besoin, au nom de leurs peuples, de leurs institutions et de leurs entreprises, de discerner comment

le monde les voit et de développer une stratégie de gestion de cette image. L'un des éléments clés de leur travail consiste à tenter d'acquérir une réputation juste, véridique, puissante, attrayante, authentiquement utile à leurs objectifs économiques, politiques et sociaux, et qui reflète l'esprit, le génie et la volonté de leurs peuples. Une tâche noble que les administrations nationales et régionales du XXI^e siècle ont inscrite au nombre de leurs compétences centrales.

Comment édifier une image locale

La plupart des pays et des régions – en fait, la plupart des lieux – communiquent avec le monde extérieur et édifient ainsi, dans l'esprit de certains publics, leur image à travers six canaux ou champs d'activité de base :

1. leur activité de promotion touristique de même que les expériences personnelles des gens visitant le pays en tant que touristes ou agents commerciaux. C'est souvent la voix la plus sonore dans la stratégie de marque de la nation ou de la région car les bureaux de tourisme disposent en général des budgets les plus importants et des mercaticiens les plus compétents.
2. les produits et services d'exportation qui agissent comme des ambassadeurs influents de chaque pays et chaque région, mais seulement lorsque leur lieu d'origine est explicite.
3. les décisions politiques des gouvernements de la région, que ce soit la politique étrangère qui affecte directement les marchés ou la politique intérieure dont les médias se font

l'écho. Traditionnellement, elles sont principalement communiquées par la diplomatie au monde extérieur, mais on assiste à un rapprochement croissant des décideurs politiques et des médias internationaux.

4. les audiences commerciales, la façon dont la région ou le pays sollicite les investissements et recrute les « talents » étrangers, dont les compagnies étrangères se développent à l'intérieur du pays ou de la région.
5. les échanges, exportations et activités culturels : la tournée mondiale d'une troupe d'opéra nationale, les œuvres d'un auteur célèbre, les équipes de sport nationales.
6. les gens et la région eux-mêmes : la personnalité de ses chefs, de ses stars des médias ou du sport, autant que la population en général, la manière dont elle se comporte quand elle est à l'étranger et dont elle traite les visiteurs de son pays.

Pour plus de clarté, disons que les canaux « naturels » de communication forment les angles d'un hexagone :



The Hexagon of Competitive Identity © 2002
Simon Anholt

La théorie sur laquelle repose la gestion de l'identité et de la renommée d'un pays

ou d'une région implique d'avoir une idée claire, satisfaisante et crédible, de l'essence et de la connotation d'une région et de parvenir à coordonner les communications, les investissements, les actions et les attitudes des six angles de l'hexagone de manière à renforcer ce message : on a alors de bonnes chances d'édifier et de maintenir une réputation intérieure et extérieure forte et positive – pour le plus grand bénéfice des exportateurs, des importateurs, du gouvernement, du secteur culturel, du tourisme, de l'immigration et de l'ensemble des relations internationales.

« Competitive Identity », comme tous les projets nationaux ou régionaux, exige que les objectifs soient clairement définis et correctement décidés. Il est courant que les régions se fixent un mélange d'objectifs précis à court terme (par exemple, augmenter les investissements étrangers directs ou accueillir des événements internationaux prestigieux) et de modifications à long terme de l'image nationale qui peuvent prendre des décennies. Les pays et les régions possédant une identité forte et positive nécessitent :

- un consensus intérieur clair en matière d'identité régionale et d'objectifs sociétaux ;
- un climat où l'innovation est appréciée et mise en œuvre ;
- une promotion plus efficace des investissements ;
- un tourisme et une promotion des voyages d'affaires plus efficaces ;
- un effet d'« origine contrôlée » avantageux pour les exportateurs de marchandises et de services ;
- un profil prononcé dans les médias internationaux ;
- d'avoir accès à d'autres organes et associations régionaux et globaux ;

- des relations culturelles fructueuses avec les autres pays et régions.

Cette liste peut paraître très exigeante, et elle l'est. Mais sans une identité régionale forte et positive, peu de ces objectifs sont atteignables.

Un portrait de la « marque Europe » aujourd'hui

Au début de l'année 2005, j'ai entamé une collaboration avec le Global Market Insite de Seattle, aux Etats-Unis, pour développer des sondages réguliers internationaux sur la façon dont les consommateurs perçoivent les pays et les villes : on les connaît sous les appellations de Anholt Nation Brands Index (NBI) et de City Brands Index (CBI).

En 2006, j'ai inclus un créneau « invités » dans les rapports trimestriels du NBI : de cette façon, outre les trente-cinq pays régulièrement analysés, nous avons la possibilité de prendre un instantané de la façon dont d'autres pays, présents dans l'actualité du moment, sont perçus.

Pour le second trimestre de 2006, j'ai décidé de consacrer ce « créneau » non pas à un pays, mais à l'Union européenne. Quatorze des vingt-cinq membres de l'UE sont déjà inclus dans le NBI, ce qui nous permet de discerner clairement la façon dont ils se classent comme « marques individuelles », mais non de percevoir les attitudes internationales vis-à-vis de la « marque Europe », vue comme un tout. Il nous a donc semblé intéressant d'utiliser le NBI pour mesurer la santé globale de la marque Europe.

Les 26 000 sondés du NBI dans les trente-cinq pays portent un regard différent sur une région étendue et diversifiée et sur un Etat-nation : il leur est donc por-

tionnellement plus difficile d'avancer des opinions générales à son propos. Cependant, la façon dont l'Europe est perçue dans le monde donne lieu à une image fascinante.

Le verdict est clair, et vraiment très favorable. Un résultat surprenant pour quelques personnes, en particulier à l'intérieur de l'Europe même où l'UE n'est pas toujours perçue comme une « marque » globale digne d'admiration ou d'ambition. En fait, l'Union européenne arrive en tête de classement du NBI, avant le Royaume-Uni, chef de file précédent. La région ne s'est classée première pour aucun des facteurs individuels de l'hexagone du marquage national, mais ses performances sont suffisamment solides et consistantes pour aboutir à un score plus élevé que celui des trente-cinq pays de la liste.

En un sens, cela ne devrait pas nous surprendre. Si l'Europe est perçue comme la somme totale de ses Etats membres, il fallait s'attendre à ce qu'elle soit extrêmement bien classée : plus de la moitié des vingt premières nations du sondage Q1 sont européennes. Peu d'endroits dans le monde pourraient exercer une attraction plus forte qu'un composé de la marque Italie, de la marque France, de la marque Royaume-Uni, de la marque Allemagne, de la marque Suède et ainsi de suite.

Et c'est bien là que le bât blesse. Lorsqu'on parle de la renommée de l'Europe, on se heurte à un problème technique : le mot « Europe » peut signifier des choses très différentes dans des contextes différents, et il est quelquefois assez ardu de déterminer quelle « marque » on mesure exactement.

Pour de nombreuses populations de l'Asie et du Pacifique, des Amériques, du Moyen-Orient et de l'Afrique, « Europe »

Vue par elle-même

est une simple référence au continent européen – en d'autres termes, une référence assez vague à une entité géographique, historique et culturelle plutôt qu'une référence politique précise. Pour ces populations, l'idée de l'« Europe » englobe un large éventail de concepts séduisants, y compris une série de produits de marque désirables (pensons aux voitures et aux appareils ménagers allemands, à la cuisine, la mode et le mode de vie italiens ou français, à la technologie suisse ou au design scandinave), une brochette des destinations touristiques et culturelles les plus convoitées, une poignée des gouvernements démocratiques les plus stables au monde, plusieurs des économies les plus importantes et à la croissance la plus forte, et ainsi de suite. Le fait que, dans l'étude, nous spécifions « Union européenne » plutôt que seulement « Europe » n'a pas semblé affecter cette perception – une recherche informelle suggère que nombreux sont ceux dans le reste du monde qui pensent que « l'Union européenne » est une autre appellation officielle du continent européen. Les gens ont également une idée assez floue des pays qu'ils considèrent comme européens (parce qu'ils se trouvent sur le continent européen) et de ceux qui sont effectivement membres de l'Union européenne.

Cette perception de l'Europe comme continent ne se modifie que lorsque nous évoquons spécifiquement des questions de gouvernement : là, les sondés sont obligés de réfléchir à l'administration de l'Union européenne vue comme une région plutôt que comme un groupe d'états séparés, et par rapport à cet angle de l'hexagone, l'UE se place au neuvième rang, de loin son score le plus bas. Il semblerait que l'Europe comme continent jouisse d'une haute opinion et l'Europe comme institu-

tion d'une mauvaise opinion.

Quant aux Européens, ils n'assimilent pas du tout l'« Union européenne » au continent européen, l'Europe, c'est pour eux l'institution européenne. L'expression « Union européenne » leur rappelle sans équivoque la machinerie politique et administrative de l'Europe, et certains Européens l'associent au mieux à l'ennui, au pire aux déficits ou même à la corruption : une bureaucratie folle, une quantité de lois tracassières et importunes, des idéologies dépassées, etc.

C'est sans aucun doute le genre d'associations qui a incité une majorité de Hollandais et de Français à voter contre le projet de Constitution de 2005.

Rien d'étonnant à ce que les Etats membres de longue date et les Etats dont l'admission est plus récente ou projetée voient les choses différemment. Pour ces derniers, l'image de marque de l'Europe est associée à la prospérité, à l'idée de rejoindre la « communauté des nations libres » et à un geste de distanciation envers les Etats de l'ex-Union soviétique.

Le tableau ci-contre montre comment chacun des 35 pays du Nation Brands Index classe l'UE par rapport à chacun des angles de l'Hexagone du Nation Brand. Les données démontrent que l'UE est largement perçue comme une région d'opportunités : la plupart des gens dans la plupart des pays la voient comme un excellent endroit où vivre, travailler et étudier. Son industrie, sa recherche et son développement sont considérés comme solides ; les gens apprécient d'avoir des Euro-

L'expression « Union européenne » leur rappelle sans équivoque la machinerie politique et administrative de l'Europe, et certains Européens l'associent au mieux à l'ennui, au pire aux déficits ou même à la corruption.

péens parmi leurs amis ou leurs cadres. De nouveau, l'administration de l'UE n'est pas jugée favorablement, surtout par ses propres citoyens, mais ce n'est pas un domaine particulièrement problématique. La culture contemporaine européenne est bien classée, mais il est assez surprenant d'observer que les points faibles sont le patrimoine et le tourisme - y compris l'accueil que les sondés escomptent recevoir de la part des Européens.

Dans le groupe des pays où les sondés apprécient le plus l'image de marque « Europe » (1^{ère}, 2^e ou 3^e place), on compte les membres fondateurs de l'Union (Belgique, France, Allemagne et Italie), quelques-uns des derniers arrivés (Irlande, Portugal, République tchèque, Pologne, Espagne et Hongrie), une poignée de pays lointains (Argentine, Brésil, Chine, Mexique et Indonésie), l'Égypte, la Russie et la Suisse. La Turquie, l'un des États aspirant à entrer dans l'UE, se trouve en marge de ce groupe favorable : elle place l'Europe au 4^e rang. La Hollande, seul autre membre à avoir fait partie de la CECA (Communauté européenne du charbon et de l'acier) fondée en 1952 (excepté le Luxembourg où on ne procède pas au NBI), place également l'UE au quatrième rang, lui donnant, pour plusieurs des angles de l'hexagone, des notes plus basses que ses partenaires fondateurs.

Les pays où la perception de l'Europe est la moins positive (ceux qui placent l'UE au 7^e rang ou plus bas) comptent la Suède, le Danemark et la Norvège, toujours aussi eurosceptique, bien qu'il soit intéressant de constater que notre panel norvégien non-UE soit plus favorablement disposé envers l'UE que celui des États membres. L'Estonie, proche des pays nordiques, attribue aussi à l'UE une mauvaise

Comment le monde voit l'Europe

Classement de l'UE dans les 35 pays consultés du ANHOLT NATION BRANDS INDEX (2. trimestre 2006)

	Ensemb.	Exp.	Gouv.	Culture	Peuple	Tourism.	Immi.
Tous pays	1	4	9	7	4	7	4
Argentine	1	4	10	6	6	4	3
Rép. tchèque	1	3	9	4	2	4	1
Égypte	1	4	4	4	6	4	1
Pologne	1	3	9	4	1	6	1
Portugal	1	4	10	10	2	3	1
Russie	1	3	9	4	2	6	3
Brésil	2	3	6	5	7	7	2
Hongrie	2	4	13	3	1	2	2
Belgique	2	1	9	3	5	4	3
France	2	4	9	2	6	7	3
Allemagne	2	3	7	2	7	5	2
Irlande	2	3	4	10	6	6	2
Italie	2	3	9	2	3	2	2
Espagne	2	4	7	3	2	3	2
Suisse	2	3	10	5	6	10	3
Chine	3	3	5	6	4	5	3
Indonésie	3	4	3	6	3	10	3
Mexique	3	4	15	7	5	6	3
Inde	4	6	8	4	8	3	6
Pays-Bas	4	4	12	11	9	17	3
Turquie	4	3	6	4	11	8	2
Singapour	5	7	9	10	10	5	7
Afrique du Sud	5	5	12	9	10	8	6
Corée du Sud	5	5	3	7	8	8	8
Estonie	7	4	11	12	6	7	2
Norvège	7	8	11	13	12	8	7
Royaume-Uni	7	5	12	11	10	16	6
Japon	9	6	7	7	12	14	9
Nouv. Zélande	9	7	9	11	12	4	8
Suède	9	5	12	15	15	20	7
Canada	10	6	10	11	14	13	10
Malaisie	10	5	11	14	11	13	8
Australie	11	9	12	10	13	16	8
USA	12	8	13	12	17	18	11
Danemark	16	7	11	20	15	21	7

Source: www.nationbrandsindex.com

place ; ainsi que le Royaume-Uni (confirmant l'observation du dernier NBI que notre panel britannique classe systématiquement les autres pays anglophones du Commonwealth devant ses partenaires européens) ; les anciens pays du Commonwealth eux-mêmes (Australie, Nou-

velle-Zélande, Canada), les Etats-Unis (où l'opinion favorable des sondés ne concerne que l'UE comme pourvoyeuse de produits de marque), la Malaisie et le Japon.

Si on adopte la perspective de l'administration, le tableau change quelque peu. Peu de pays de l'UE font partie du groupe le plus positif : seules l'Irlande, l'Espagne (il est notoire que toutes deux ont su tirer avantage de leur appartenance à la Communauté) et l'Allemagne placent l'UE avant le neuvième rang pour l'administration tandis que, dans le même groupe, on trouve sept pays non européens et la Turquie. Parmi les pays les moins bien disposés envers l'administration de l'UE, on compte la Hongrie et les Pays-Bas. En ce qui concerne les investissements et l'immigration, les résultats sont proches de ceux obtenus par l'ensemble des questions. Avec une exception : l'Estonie remonte, pour se joindre aux autres Etats nouvellement admis, dans le groupe le plus positif.

Quelques résultats sont intéressants lorsqu'on les examine dans le détail : par exemple, la Hollande et le Danemark ne s'identifient absolument pas à l'UE pour ce qui est de la culture, de la population et du tourisme. Le Portugal, l'Irlande et le Royaume-Uni – trois nations atlantiques – ne sont pas non plus très emballés par la culture du reste de l'UE, au contraire des pays piliers du Traité de Rome et de l'Espagne.

Définir la « Marque Europe »

L'image de l'Europe a fait l'objet de nombreux débats ces derniers temps, à la fois à l'intérieur et à l'extérieur. Une semaine avant que l'édition Q2 du NBI 2005 ne soit mise sous presse, la Commis-

sion européenne annonçait un concours européen d'étudiants destiné à créer un nouveau logo et une nouvelle devise pour l'Europe en l'honneur du 50^e anniversaire du Traité de Rome. La décision de lancer le concours sur une « identité de marque » n'est pas un hasard : pour les jeunes en particulier, l'Europe traverse une sorte de crise d'identité et il serait sûrement bien commode qu'elle puisse se rassembler sous une seule devise et un seul logo. (Il ne fait aucun doute qu'on a plus de chances de voir ce consensus se produire si la proposition émane d'innocentes jeunes personnes plutôt que de la Commission elle-même ou d'un des Etats membres).

Le concours n'est qu'un divertissement, mais il reflète bien l'un des mécanismes importants de la renommée des lieux : tout comme les marques commerciales et organisationnelles, une identité de marque forte résulte souvent d'un vigoureux sentiment d'unité et d'une communauté d'objectifs à l'intérieur de l'organisation elle-même. Il suffit d'interroger n'importe quelle compagnie sur sa marque et il est probable qu'elle commencera par parler de sa culture d'entreprise – de la façon dont le personnel « vit la marque » – plutôt que de questions de promotion externe et de publicité. Et juste au cas où on tomberait dans le piège et penserait que les logos et les devises peuvent déclencher autre chose qu'une benoîte publicité lors d'un anniversaire important, insistons sur un point : il ne peut y avoir de communauté sans un objectif commun, et sans communauté, il ne peut y avoir d'identité.

L'une des raisons pour lesquelles l'image de marque de l'Europe-institution est si loin d'égaliser l'image « naturelle » de l'Europe-continent, est qu'il manque à cette région une image de marque interne, for-

te et largement consensuelle, ainsi que le sentiment d'une identité et de visées communes.

Réclamer des logos et des slogans pour l'Europe à ce stade, c'est comme entrer dans un restaurant et demander l'addition – c'est mettre la charrue avant les bœufs.

A l'époque où le souvenir des deux guerres mondiales était encore frais à l'esprit des gens, l'Europe n'avait pas ce genre de problème parce que ses principes de base – assurer une paix et une prospérité durables – étaient hautement appropriés. Aujourd'hui, l'UE paie le prix de son propre succès : elle a si bien réussi à créer la paix et la prospérité qu'elle s'est elle-même privée de sa mission, ou au moins d'un objectif commun.

Et pourtant, il est évident que l'objectif est encore là, et qu'il ne demande qu'à être redéfini, réactualisé et concrétisé. L'Europe se trouve, une fois de plus, au cœur d'un conflit qui menace sa stabilité globale aussi sûrement que dans la première moitié du XX^e siècle. Les tensions croissantes opposant le monde musulman à l'« Occident » et la nécessité d'empêcher à tout prix que ne se réalise la prédiction du « choc des civilisations », ne sont nullement plus visibles que dans le processus d'entrée de la Turquie dans l'UE et dans la façon dont la plupart des Etats membres de l'UE bataillent pour moderniser leurs identités nationales afin d'y inclure des populations grandissantes d'immigrés appartenant à des régions, cultures ou religions différentes.

Tous les pays d'Europe et d'ailleurs sont confrontés à un défi : trouver les moyens

Aujourd'hui, l'UE paie le prix de son propre succès : elle a si bien réussi à créer la paix et la prospérité qu'elle s'est elle-même privée de sa mission, ou au moins d'un objectif commun.

de présenter et représenter les exploits passés et contemporains de leurs cultures sous une forme inédite, pertinente et capable de retenir l'attention des jeunes publics. La pluralité croissante de nos sociétés modernes leur complique encore la tâche – célébrer les gloires d'un passé typiquement monoculturel sans marginaliser ou paraître ignorer la réalité multiraciale de la population actuelle du pays constitue une véritable gageure pour la plupart. Toutefois, comme la seule solution possible est d'accorder une importance égale aux entreprises culturelles actuelles, c'est en principe une gageure productive parce qu'elle empêche les pays de céder à la tentation de se reposer sur leurs lauriers et de vivre tournés vers le passé.

La race est un facteur sensible de l'identité nationale et régionale et, en vérité, c'est une des raisons principales qui devraient pousser autant de pays – les pays européens riches en particulier – à se demander si leur image traditionnelle internationale reflète bien leur réalité présente, même si cette image peut paraître excellente. Peut-être est-ce un élément d'explication des tensions raciales que connaît la France en ce moment : l'histoire de l'« image de marque » de la France, la façon dont ce pays est considéré et, dans une certaine mesure, la façon dont il se représente lui-même au monde extérieur, relève de l'histoire ancienne d'une puissance européenne blanche et chrétienne. Ainsi de nombreux Français, qui ne sont ni blancs ni chrétiens, ont le sentiment que l'histoire nationale les exclut : et, bien sûr, à l'intérieur, cela attise un amer ressentiment tout en influant sur la renommée du pays à l'extérieur. Les scores de la France en matière d'administration dans le Nation Brands Index ont effectivement chuté

assez sensiblement à plusieurs reprises à la suite des troubles urbains sur lesquels les médias ont fixé leur attention ; et le NBI est une étude connue pour la stabilité presque absolue de ses résultats.

De nombreux pays ont aujourd'hui besoin de réévaluer leur identité et de la communiquer au monde à la lumière des mutations de leur population. C'est l'une des tâches les plus ardues auxquelles se trouvent confrontés les gouvernements aujourd'hui et un défi pour la manière dont les pays et les régions comprennent et gèrent leur renommée extérieure et leur objectif intérieur.

La médiocrité de l'« image de marque » de l'UE s'explique également par l'habitude qu'ont prise depuis longtemps les gouvernements des Etats membres d'attribuer toutes les réussites à leur propre pays et tous les échecs à l'UE. Il n'est certainement pas impossible aux gens de ressentir des loyautés multiples – envers leur communauté, leur région, leur pays, leur continent –, mais chaque fois qu'une de ces loyautés s'affaiblit, les politiciens sautent sur l'occasion pour l'utiliser comme bouc émissaire et lui attribuer tout ce qui est indésirable, négatif ou déplaisant, une habitude qui, avec le temps, affaiblira ou même détruira la marque.

Si une image de marque forte résulte de ce qu'un lieu se montre compétent, innovateur et séduisant par rapport à tous les angles de l'hexagone, en tant qu'institution, l'UE n'est pas tout à fait à la hauteur : elle touche rarement ses propres populations dans les domaines de l'hexagone qui les inspirent vraiment (la culture, le tourisme, les gens, les affaires et les marques) et trop souvent dans celui qu'elles trouvent ennuyeux (l'administration).

C'est pourquoi, on peut dire qu'en matière d'identité, la tâche qui attend l'Europe

est une tâche intérieure : définir la fonction qu'elle devra assumer ces cinquante prochaines années et générer autour de cette fonction le consensus, la passion et le désir. A moins que les gens ne ressentent cet objectif comme pertinent, crédible et inspirateur pour les régions qu'ils aiment le plus, la marque de l'Europe-institution ne sera jamais qu'une ombre légère sur celle de l'Europe-continent.

Que nous le voulions ou non, la perception est inséparable, et souvent indissociable, de la réalité. A moins que les institutions d'Europe n'apprennent à traiter les questions d'identité et de renommée avec autant de gravité et de respect qu'elles en accordent aux questions plus « lourdes », elles pourraient bien un jour se découvrir incapables de faire réellement progresser l'Europe et de relever des défis plus importants.

Simon Anholt est l'initiateur du « Nation Brand Index », du « City Brands Index » et du « State Brands Index ». Il est membre du « Public Diplomacy Board » du gouvernement britannique et conseiller des gouvernements des Pays-Bas, de la Jamaïque, de la Tanzanie, de l'Islande, de la Suède, de l'Allemagne, de la Corée du Sud, de la Roumanie, de l'Ecosse, de la Croatie, de la Mongolie, des Pays Baltes, du Bhoutan, de l'Equateur, de la Nouvelle-Zélande, de la Suisse et de la Slovaquie sans compter les Nations Unies, le Forum économique mondial et la Banque mondiale. Il est membre du Parlement culturel européen et fondateur de la revue « Place Branding and Public Diplomacy ». Anholt est l'auteur de plusieurs publications.

L'Europe ne se limite pas à des marchés, c'est aussi des valeurs et des cultures.

Dans la hiérarchie des valeurs, les valeurs culturelles viennent avant les valeurs économiques.

Si l'économie est une nécessité dans la vie, la culture est ce qui fait que la vie vaut la peine d'être vécue.

José Manuel Barroso, Président de la Commission Européenne





QUI EST SCHOPENHAUER ? L'Europe est à la fois proche et lointaine pour le Japon. Pour une bouteille de vin français, un sac à main italien ou une visite dans un opéra allemand, les Japonais n'hésitent pas à dépenser sans compter. Pourtant de plus en plus, ils se tournent vers les Etats-Unis, non seulement en économie et en politique, mais aussi culturellement. Ils s'intéressent de moins en moins aux langues européennes et ignorent tout de Kant et Schopenhauer. *Atsuko Onuki (Tokyo)*



En août 2006, le cours de l'euro a atteint de nouveaux records de hauteur face au yen japonais. Les experts japonais ont pourtant réagi avec flegme : n'en ont été affectés, non pas la vie quotidienne, mais seulement les articles de luxe importés d'Europe comme les produits Vuitton et Chanel, les voitures BMW ou Mercedes ou les vins français que les Japonais aiment à la folie. Cette analyse correspond exactement à l'image de l'Europe qui prévaut dans la vie de tous les jours au Japon. Malgré un marasme économique qui dure depuis plus de dix ans, les produits de marque européens jouissent d'une grande popularité. L'entreprise Louis Vuitton, par exemple, réalise presque un tiers de son chiffre d'affaires global au Japon. De jeunes em-

ployées, qui se contentent d'un minuscule appartement et de fast food bon marché, rêvent d'un sac à main design français ou italien dont le prix correspond à deux fois leur salaire mensuel. Maintes firmes européennes qui surnagent à grand peine grâce à leurs marques traditionnelles, auraient bu la tasse depuis longtemps sans le marché japonais.

Mais l'Europe est également un but de voyage très apprécié et beaucoup de Japonais souhaitent s'y rendre au moins une fois dans leur vie. Ils sont nombreux à traverser tout le continent en voyage organisé pour voir les attractions touristiques de Rome, Paris, Vienne et Londres, heureux de constater que ce qu'ils voient sur place ressemble à ce qu'ils ont déjà vu à la télévision ou au cinéma, au Japon. A l'aéroport où, les sacs pleins à ras bord de souvenirs, ils attendent leur vol de retour pour le Japon, ils triomphent en se montrant leur « butin » : des sacs à main Ferragamo ou Gucci, du parfum de Chanel, peut-être même des Mozartkugel.

Dans le milieu culturel, la « vieille » Europe se vend très bien également. Les expositions de tableaux impressionnistes attirent toujours beaucoup de visiteurs, et quel que soit l'opéra européen qui organise une tournée, les billets sont tous vendus en un clin d'œil, malgré des prix exorbitants (un minimum de 300 euros).

C'est l'Europe, telle que la plupart des Japonais se l'imaginent. Pour eux, loin de leur vie quotidienne, l'Europe est synonyme de solides traditions, de romantisme suave et de culture raffinée. Ils n'accordent guère d'attention aux formidables expériences économiques et politiques menées par les Etats européens ; d'ailleurs les médias japonais en font rarement état.

Le cours du dollar américain, les prix du pétrole et leurs rapports avec la Corée et la Chine ont autrement d'importance. La distinction entre « vieille » et « nouvelle » Europe, introduite par l'ancien ministre de la défense américain Donald Rumsfeld à l'occasion des débats sur la légitimité de l'intervention militaire en Irak, n'a guère eu d'influence sur l'image de l'Europe que se font les Japonais. Les arguments que la « vieille » Europe - la France et l'Allemagne - ont fait valoir contre l'intervention militaire ont été assez froidement accueillis, à une exception près.

Qui est Schopenhauer ?

Il y a près de 130 ans, alors que se formait au Japon un Etat national moderne sous l'ère Meiji, l'Europe a non seulement servi de modèle pour la création de l'Etat, mais encore pour le style de vie, mode comprise, et la culture gastronomique. « Disons adieu à l'Asie rétrograde et plaçons-nous parmi les grandes puissances européennes ! », tel était le mot d'ordre de la nation en formation et d'une modernisation désireuse de rattraper son retard. L'Europe a servi de modèle pour la constitution, le parlement ainsi que pour l'armée et l'éducation ; l'élite, pilier de l'Etat, a été envoyée en Europe pour y étudier.

Cette politique d'inspiration européenne a inscrit au programme obligatoire des lycées et de l'université le français et l'allemand ainsi que la lecture des philosophes européens comme Descartes, Kant et Schopenhauer. Qui aujourd'hui au Japon connaît encore leurs noms ?

Même parmi les étudiants de romanistique et de germanistique, nombreux sont ceux qui n'en ont jamais entendu parler. Quant au nombre des étudiants de français ou d'allemand, il a fortement diminué au cours des dix dernières années.

Comment expliquer ce désintérêt pour les cultures et les langues européennes ? Nul doute qu'il résulte de l'engouement général pour l'Amérique après la Seconde Guerre mondiale, perceptible non seulement au niveau du gouvernement, mais également dans la vie quotidienne. La monarchie constitutionnelle, introduite avant la guerre sur le modèle allemand, n'a fait que peu de cas des idées de démocratie et de droits fondamentaux, jadis introduites par les Lumières européennes. Les citoyens étaient sujets du Tenno, la sûreté intérieure de l'Etat pouvait conduire à l'abrogation des droits fondamentaux, déjà fort limités, ce qui fut le cas surtout en 1937, lorsque débuta la guerre contre la Chine (en vérité l'invasion de l'Asie par le Japon). Ce n'est que sous l'occupation américaine, après la Seconde Guerre mondiale, que les Japonais comprirent ce que démocratie et liberté signifiaient ; le jazz, les chewing-gums et le chocolat incarnent l'Amérique et la nouvelle liberté.

Depuis, la dépendance du Japon vis-à-vis de l'Amérique n'a cessé de croître, tant du point de vue économique que du point de vue politique. Dans les milieux économiques internationaux, on remarque avec un certain cynisme : lorsque l'Amérique

éternue, le Japon attrape un rhume. Du fait de sa dépendance militaire, le Japon marche du même pas cadencé que la politique étrangère des Etats-Unis. Lorsque ces derniers ont attaqué l'Irak, pour de nombreux observateurs, le Japon a joué le rôle du « fidèle caniche de l'Amérique ». Par ailleurs, l'Amérique exerce sur les jeunes artistes, ou qui se prétendent artistes, une forte attraction culturelle. Cela tient sans doute à la capacité potentielle de la société américaine d'assimiler ce qui lui est étranger. En dépit des contradictions de l'évolution politique récente, l'underground américain continue de subjuguier de nombreux jeunes Japonais. Ce qui est « in » en Amérique est aussitôt imité ici.

L'Europe continentale en perte de vitesse

Le domaine académique, lui aussi, est de plus en plus influencé par l'Amérique. Une série de démarches scientifiques nouvelles en provenance des Etats-Unis – comme linguistic turn, cultural studies, postcolonial studies, gender studies, etc. – ont acquis une telle importance que l'anglais est devenu lingua franca, même dans les matières tournées vers l'Europe continentale. Sur le marché du travail, l'anglais est prédominant ; les entreprises, y compris européennes, n'exigent guère de connaissances en allemand ou en français et même les filiales japonaises des entreprises allemandes préfèrent les étudiants possédant de solides connaissances d'anglais. Face à de telles opportunités professionnelles, qui se donnerait encore le mal d'apprendre une autre langue européenne ? Et comme le nombre d'étudiants est en diminution, les facultés philologiques de plusieurs universités se

sont vues obligées, au cours des dernières décennies, soit de fermer leurs instituts soit de fusionner avec les facultés voisines, ce qui a pour effet de réduire le volume et la qualité de la relève scientifique.

La globalisation internationale s'accompagne d'une perte d'importance des langues et cultures européennes en Corée du sud également. A titre d'exemple et selon l'estimation la plus récente du magazine Der Spiegel, le nombre total d'apprenants de la langue allemande s'est réduit en cinq années seulement (de 2000 à 2005) de 3,4 millions. Rien d'étonnant à cela quand on sait que 90 pour cent des publications scientifiques sont rédigées en anglais et que seul 1 centième est édité en allemand. La diversité culturelle et linguistique, qui justement existe encore sur le sol européen, semble aujourd'hui complètement écrasée par les « standards globaux » au niveau académique.

Plus préoccupants encore : les derniers développements dans les Hautes écoles allemandes, qui s'empressent de s'adapter aux « standards globaux » avant même qu'on le leur demande. Nous, au Japon, nous observons cette évolution avec un sentiment de déjà-vu. Le démontage du principe d'égalité, la réduction des budgets de l'éducation, l'introduction d'un principe de concurrence économique – tout cela a été prôné par les gouvernements Thatcher et Reagan. Le Japon a suivi dans les années quatre-vingt-dix, ce qui a eu pour effet d'instaurer l'efficacité de la science comme mesure de toute chose. En ont surtout pâti les lettres et les sciences humaines dont l'« efficacité » est difficilement démontrable. En matière d'obéissance aux « standards globaux », le Japon a donc sur la « vieille » Europe l'avantage de l'expérience négative.

Cela concerne aussi bien l'idée de l'Etat providence qui, au Japon – tout au moins parmi les experts influencés par l'Europe continentale –, constituait un contre-modèle positif au capitalisme américain. Mais si, en Europe, on renonce petit à petit à cette idée, quelle alternative reste-t-il à ceux qui croyaient trouver en cette « vieille » Europe la force de critiquer la progression de la globalisation sous l'égide américaine ? Si l'on n'espérait plus rien de la « vieille » Europe, on pourrait toujours éveiller l'intérêt des étudiants japonais en leur disant : allez voir l'Europe, vous y trouverez tout ce que vous avez déjà vécu chez McDonald's, dans la musique rap et hip hop, mais en plus ces vieux châteaux que vous avez déjà vu au Disneyland de Tokyo !

Globalisation égal américanisation égal européisation

Ce que les Japonais comprennent aujourd'hui sous le terme de « globalisation » semble aller de pair avec une américanisation culturelle qui fait perdre son profil à l'Europe.

On oublie cependant que les Etats-Unis ne sont absolument pas victorieux sur le marché global. La globalisation a également offert au capital européen de formidables opportunités. Une grande partie des entreprises qui, autrefois, représentaient l'« Amérique » ont été entre-temps rachetées par des groupes européens ou ont fusionné avec ces derniers. Certains produits comme Vaseline, Dove et Pond's, à l'origine américains, appartiennent à un groupe anglo-néerlandais. Dans l'indus-

Ce que les Japonais comprennent aujourd'hui sous le terme de « globalisation » semble aller de pair avec une américanisation culturelle qui fait perdre son profil à l'Europe.

trie agroalimentaire américaine, l'entreprise suisse Nestlé domine, dans le secteur musical, c'est Bertelsmann qui joue les premiers violons. Vu la part croissante des investissements européens dans l'ensemble du marché américain (65 pour cent jusqu'en 2000 seulement), le journaliste américain Tom R. Reid constate dans son ouvrage *The United States of Europe* (2004) : « Le véritable vainqueur de la globalisation, c'est l'Europe. » L'étonnant, ajoute-t-il, c'est que les Américains eux-mêmes n'en ont pas conscience. Ils croient toujours que les produits de marque qu'ils connaissent sont fabriqués par le capital américain. Ce qui n'est guère connu en Amérique l'est encore moins au Japon puisque les Japonais chaussent des lunettes américaines pour observer le monde. L'importance croissante du capital européen sur le marché mondial ne changera donc pas l'image que les Japonais se font de l'Europe.

Mais les conséquences de la globalisation ne se limitent pas seulement à l'économie. Ulrich Beck oppose à cette dernière la dimension politique de la globalisation qui a conduit à la création d'organisations transnationales comme la Commission de l'UE ou la Cour de justice européenne, où il existe un potentiel positif d'autocorrection. Malheureusement, la création d'organisations transnationales en Asie – pour lesquelles le long processus historique de l'UE pourrait servir de modèle – semble au Japon d'aujourd'hui peu réaliste. Car le Japon n'est pas prêt à faire les premiers pas nécessaires – à savoir prendre conscience de son passé et le maîtriser ainsi que se réconcilier avec les Etats asiatiques, surtout avec la Corée et la Chine. Ces dernières années, les voix fortement néo-conservatrices et néo-

nationalistes, qui se font entendre dans le gouvernement autant que dans l'opinion politique, n'ont fait que renforcer cette tendance. Une reconsidération du passé telle que l'a effectuée la République fédérale d'Allemagne et qui a permis sa réintégration dans l'« Europe » était considérée comme nécessaire au Japon il y a près de vingt ans, tout au moins par la gauche. Entre-temps le néo-conservatisme et le néo-libéralisme allemands sont plutôt perçus comme des exemples négatifs. On prétend que l'Allemagne a vendu sa fierté nationale pour permettre l'essor économique. Inversement, les voix de ceux qui veulent tirer leçon de l'histoire douloureuse de l'Europe et de son souci de se structurer en organisation transnationale, ou plutôt voient dans cette histoire une alternative à la globalisation, sont à peine audibles.

Remplacer les divisions par les échanges et les réseaux

L'Europe est à la fois proche et lointaine pour le Japon. Un fossé profond sépare les deux idées de l'Europe. Comment le surmonter ? Il me semble qu'une solution possible passerait par les échanges multilatéraux de jeunes comme cela se passe, par exemple, avec le programme d'échanges scolaires AFS (autrefois American Field Service, en France Vivre sans frontières). L'un des objectifs principaux du programme AFS est précisément de favoriser la compréhension réciproque entre les pays non-anglophones. Grâce à ce programme, près de 100 élèves japonais sont envoyés pour une année dans des pays européens (parmi eux, également des « petits Etats » comme la Norvège, la République tchèque, le Danemark ou

la Hongrie). Les lieux choisis pour leurs séjours sont exprès de petites villes afin qu'ils apprennent à se débrouiller sans l'anglais. Au bout de ce séjour d'un an, ils rentrent chez eux, ayant appris combien la diversité linguistique et culturelle est importante, surtout à une époque de globalisation – et combien le nationalisme suffisant actuellement prôné par le gouvernement japonais peut être dangereux au jour d'aujourd'hui. Comparés aux touristes japonais qui traversent l'Europe, les élèves de ce programme d'échanges sont encore peu nombreux, mais leurs expériences en Europe combleront à l'avenir le fossé actuel. Au contraire des relations internationales officielles, ce sont surtout les expériences des jeunes et des citoyens librement engagés dans ces échanges qui ont contribué à l'extension du réseau AFS dans le monde entier. Voilà bien une autre possibilité de la globalisation. La question n'est donc pas vraiment celle des relations entre l'Europe et le Japon, qui finalement conserveront toujours une nature bilatérale. La question plus importante est de savoir quelle contribution l'Europe et le Japon apporteront à la construction des relations interculturelles multilatérales.

Atsuko Onuki a fait des études de philosophie et de germanistique à Tokyo (Université Waseda), Bonn et Berlin (Freie Universität) et est professeure de germanistique et de sciences des cultures à l'Université Gakushuin (Tokyo). En 1994/1995, elle a été boursière de la Fondation Alexander von Humboldt ; en 2004, elle a reçu le Prix Philipp Franz von Sieboldt.

LE MUSÉE EUROPE Pour la plupart des
Américains, l'Europe est un musée captivant et
pittoresque qui les attire et les repousse à la fois.
Remarques sur une haine-passion réciproque.
Andrew Ian Port (Cambridge, Massachusetts)



L'opinion que se font les Européens des Etats-Unis est assez semblable à celle que se font les Américains de l'Europe et de sa culture : elle est empreinte d'une remarquable ambiguïté – d'admiration et d'estime, pimentées de mépris et de ressentiment. La plupart des Américains trouvent les films d'auteurs allemands sans expression et balourds, et ils approuveraient sans réserve l'idée que les Français ne sont que des « poules mouillées occupées à becqueter leur fromage ». Mais la plupart continuent également et depuis des siècles, d'éprouver un profond respect pour les brillantes conquêtes de la grande culture européenne. Dès les premiers établissements de l'époque coloniale, les Américains se sont tournés vers l'ancien monde et y ont

trouvé leur inspiration ; de même qu'ils se sont passionnés pour ses modes et les mouvements de sa vie artistique et intellectuelle. Bref, l'Europe a fixé les standards du bon goût et de la culture sous toutes ses variations.

Voilà qui s'est complètement modifié au cours du siècle passé, bien avant que les officiers américains ne commencent d'évoquer dédaigneusement la « vieille Europe », souvent à la suite de la Seconde Guerre mondiale. Cette conflagration a démontré que la culture – quelles qu'avaient été sa splendeur et son étendue – n'avait pas suffi à préserver les Européens de la barbarie sur leur continent. Leur attitude dans les possessions d'outre-mer montrait déjà assez bien de quoi ils étaient capables à l'étranger. Certains fins observateurs ont même supposé que c'était la culture elle-même qui, d'une certaine façon, avait induit ces deux terribles conflits. Parmi eux se trouvaient quelques-uns des coryphées intellectuels et artistiques qui avaient fui de l'autre côté de l'Atlantique – et introduit en Amérique les meilleurs aspects de la culture européenne. Ils ont formé une nouvelle génération et contribué à faire des universités d'élite américaines ce qu'elles sont aujourd'hui. Ces phares de l'art et de la pensée ont émigré de Londres, Paris et Berlin vers New York, Chicago et Cam-

bridge, ré-européisant, pour ainsi dire, l'Amérique. En même temps, et d'une certaine manière subséquent, l'Europe d'après-guerre, anéantie, présentait moins d'intérêt du point de vue intellectuel et culturel.

L'euro péisation des Etats-Unis

Dans les deux ou trois dernières décennies, on a assisté à une nouvelle vague d'euro péisation : elle résulte sans doute du tourisme de masse et de la libéralisation du trafic aérien des années soixante-dix. Les Américains ont alors commencé à se rendre en masse en Europe – et, de toute évidence, ils ont apprécié ce qu'ils voyaient. Cette évolution a eu une influence profonde sur leur goût, au sens figuré comme au sens littéral, et explique, du moins je le suppose, la récente amélioration de l'offre culinaire dans ce pays. Dans la plupart des villes et des banlieues américaines, il est aujourd'hui possible d'obtenir une multitude de mets et de boissons européens de même que des produits fabriqués dans le « style européen ». Et, après un séjour à l'étranger, d'innocents Américains ont maintenant la possibilité de digérer confortablement, dans des cafés et des bistrot s aménagés à l'euro péenne, le traumatisme infligé par leur première rencontre avec les mystères d'un menu français.

Certains Américains peuvent bien vouloir rebaptiser les pommes frites ou vider les bouteilles de Bordeaux dans les canalisations en guise de protestation politique (symbolique autant que suggestive !), mais – et c'est le plus important – l'Europe et ce que les Européens aiment, continue de jouir d'un grand prestige aux Etats-Unis.

Les universités américaines continuent de produire nombre des meilleurs professeurs d'Europe, et les érudits américains qui, dans leurs écrits, oublient de rendre honneur à Foucault, Habermas ou Bourdieu, le font à leurs propres risques. Mais, bien sûr, il y a un autre argument : on peut aujourd'hui se procurer aux Etats-Unis une grande partie de ce qui fait l'attrait culturel de l'Europe. Des vins délicats et une cuisine raffinée, des musées et une architecture d'envergure internationale – tout ceci et plus encore n'est plus seulement réservé à l'élite de New York ou de la côte est.

Un musée recouvert de patine

Pourtant les Américains continuent d'affluer vers l'Europe, malgré cette disponibilité grandissante et malgré la hausse des tarifs aériens, la faiblesse du dollar et les dangers du terrorisme. Comment expliquer cette attirance ? Techniquement il est possible – et on l'a déjà démontré – de reconstruire le Pont de Londres en Arizona et les cloîtres du Moyen Age au nord de Manhattan. Les Américains ont également (ré)appris à cuire du « vrai » pain, faire du café fort et cultiver des vins raffinés capables de satisfaire même les

Certains Américains peuvent bien vouloir rebaptiser les pommes frites ou vider les bouteilles de Bordeaux dans les canalisations, mais ce que les Européens aiment, continue de jouir d'un grand prestige aux Etats-Unis.

palais européens les plus exigeants. Mais ce qu'ils n'ont pas encore réussi à imiter, ce qui les fascine le plus en Europe sans doute : sa patine historique. Comme les cœurs américains palpitent à la vue d'une église ancienne, d'une poterne médiévale ou d'une ruine de château ! L'usage outrancier du terme « historique » pour vanter la moindre attraction touristique aux Etats-Unis suggère que les Américains sont habités d'un ardent désir de s'inscrire dans une plus grande durée et (prenons le risque du cliché) dans l'Histoire - un désir que l'Europe est apparemment toujours en mesure de combler.

Toutefois, ce qui attire aussi les Américains, ce sont les aspects moins tangibles, immatériels, du mode de vie des Européens, la culture (avec un c minuscule), les schémas et les pratiques d'une vie quotidienne qui leur est étrangère. Quel bonheur pour les Américains de rester assis pendant des heures à la terrasse d'un café, de siroter paresseusement un petit vin et de « regarder les gens », les flâneurs aller et venir sur une place bondée ! Le rythme plus lent de la vie quotidienne dans la bonne vieille Europe pittoresque les enthousiasme - jusqu'à un certain point, cela va de soi !

Les serveurs rébarbatifs, l'inefficience de la bureaucratie, la fumée soufflée aux nez des non-fumeurs et le dédain arrogant affiché à l'encontre des touristes américains jettent quelques ombres légères sur l'atmosphère muséale qui les attire tant, peut-être parce qu'inconsciemment, elle réveille en eux des souvenirs d'enfance, de légendes ou d'histoires racontées au moment de se coucher. Mais quel que soit le plaisir que mes compatriotes (que je rencontre de temps à autre dans l'un des récents Starbucks de Berlin-Mitte) sem-

blent éprouver à boire leur café dans des tasses en grès, attablés en plein air, il ne fait aucun doute que, dès qu'ils seront rentrés, ils reprendront leurs habitudes et boiront leur café dans des gobelets en papier, assis ou debout dans l'atmosphère sans fumée, artificiellement éclairée et climatisée d'une filiale de Starbucks, quelque part dans un centre commercial local étriqué.

Car en fin de compte, l'amour des Américains pour le confort triomphera toujours de leur enthousiasme passionné pour les particularités pittoresques de l'Europe.

Andrew I. Port a fait ses études à l'Université de Yale et a passé son doctorat à l'Université de Harvard. Il est professeur d'histoire à la Wayne State University de Détroit et auteur de plusieurs articles sur l'Allemagne moderne ainsi que du livre *Conflict and Stability in the German Democratic Republic* (Cambridge University Press, 2006).

L'EFFACEMENT D'UN CONTINENT L'Inde renouvelle la donne dans l'économie globalisée. La culture européenne ne joue plus dans ce jeu de rôle majeur. Les racines historiques communes pâlissent. La faute en revient aux médias qui ne montrent pas grand intérêt pour l'Europe. Par ailleurs les barrières linguistiques ainsi que le mode d'attribution des visas compliquent encore le dialogue interculturel. *Rajendra K. Jain (New Delhi)*



et les systèmes de valeurs occidentaux ; le second affirmait l'importance des valeurs fondamentales de l'Inde, critiquait l'arrogance des dirigeants occidentaux et remettait passionnément en cause l'analyse et l'évaluation occidentales de l'histoire de l'Inde, de son patrimoine intellectuel ainsi que de son identité culturelle et religieuse.

Le regard de l'Inde indépendante sur la culture européenne

La rencontre de l'Inde avec l'Europe a été sans exemple dans l'histoire des hommes dans la mesure où aucune autre civilisation dotée d'une telle richesse n'a été soumise aussi longtemps à la domination européenne. Les idées et les valeurs européennes ont profondément influencé une élite éduquée à l'anglaise et incité plusieurs leaders indiens à la révolte dès le XIX^e siècle. Deux forts courants sont sensibles dès la seconde moitié du siècle : l'un cherchait à imiter l'Occident, à s'aligner sur lui et à adapter à l'environnement indien les institutions

Après l'Indépendance, la culture médiatique et populaire de l'Inde est restée dominée par l'imagerie anglo-américaine. La façon dont l'élite indienne perçoit la culture européenne a essentiellement été conditionnée par les médias anglo-saxons. Il en est résulté une vision de l'Europe et de sa culture fragmentaire et partielle, tendant à renforcer et à étayer les stéréotypes et les clichés. Par exemple, la France continue d'être vue comme le pays de la bonne chère, du vin et de la mode – une image que la politique culturelle française cherche délibérément à consolider. La Suisse a été immortalisée par Bollywood comme

le paradis suprême des histoires d'amour et reste, aujourd'hui encore, le but favori des couples en lune de miel. La grande majorité des Indiens, cependant, continue de voir l'Europe comme un continent étrange, un lieu exotique et touristique auquel seule une couche privilégiée de la société a accès.

Les nations européennes ont activement encouragé l'enseignement des langues européennes en Inde (le français et l'allemand étant les plus populaires). Les instituts culturels comme l'Alliance Française, le Goethe-Institut (Max Mueller Bhavan), le British Council et d'autres ont grandement contribué à présenter au public indien diverses facettes de la culture européenne.

Dans les années quatre-vingt-dix, dans le sillage de la globalisation, d'un consumérisme débridé, de la prolifération des chaînes de télévision satellitaires bourrées de feuilletons américains à l'eau de rose et de l'effritement des valeurs, habitudes, codes vestimentaires, etc. de l'Occident, quelques puristes de la culture ont craint que tout ceci ne constitue un grave danger pour les valeurs traditionnelles et se sont inquiétés de voir l'identité culturelle indienne courir à sa perte. Toutefois, leurs adversaires ont soutenu qu'une civilisation aussi ancienne que celle de l'Inde n'avait aucun souci à se faire car elle avait toujours été une culture assimilatrice et avait assez de ressources pour résister à ce genre d'intrusions. Ces dernières années, la plupart des Indiens lettrés ont eu tendance à considérer que l'Europe rencontrait des difficultés sociales et politiques dans le traitement de la diversité de ses cultures, que le multiculturalisme ne semblait pas fonctionner en Europe et que les sociétés européennes avaient été incapables d'in-

tégrer significativement les minorités ethniques non-occidentales, en particulier les musulmans. Pour beaucoup d'Indiens, l'admission de la Turquie constituerait un test décisif pour les convictions laïques et pluralistes de l'Europe.

Les articles sur les défis politiques et socio-économiques, auxquels doit faire face l'Europe contemporaine, font cruellement défaut dans la presse anglophone. La plupart des articles sur l'Europe se contentent d'informer et de décrire plutôt que de critiquer ; ils ont plutôt tendance à enregistrer les événements qu'à les analyser.

Comme plus de six millions d'Indiens voyagent outre-mer, de nombreux journaux et magazines, en langue anglaise aussi bien que dans les autres langues parlées, publient maintenant des reportages réguliers sur les multiples facettes de la culture européenne, les endroits à visiter, la cuisine, etc.

La politique culturelle de l'UE et l'identité européenne

Durant des décennies, la politique culturelle de l'Europe a eu tendance à ignorer l'Inde car certains Etats membres privilégiaient par tradition leurs anciennes colonies. Lorsque la ligne de démarcation Est-Ouest a disparu, la plupart des pays européens, mais aussi l'Union européenne, ont massivement augmenté leurs aides financières à l'Europe centrale et orientale : il s'agissait de favoriser l'enseignement des langues européennes, la diplomatie culturelle, les programmes de

mobilité, le dialogue dans la société civile ainsi que l'éducation des élites politiques. Tout cela au détriment d'autres aides, en particulier de celles accordées aux nations asiatiques.

La politique culturelle de l'Union européenne a pour fondement et pour objectif de promouvoir l'idée de l'« Europe » et de l'identité européenne et de s'efforcer de construire une identité culturelle pour l'Europe de l'UE. Le rejet du projet de Constitution européenne par la France et les Pays-Bas en 2005 est perçu comme le signe que s'affrontent plusieurs visions de l'Europe – de ses frontières et de ses valeurs. Pour la plupart des Indiens, il n'existe pas de culture européenne, mais plutôt diverses cultures et identités.

Cela résulte d'une part de l'ambiguïté du discours sur l'identité culturelle de l'UE au sein même de l'Union européenne : celle-ci a longtemps cherché à encourager une identité européenne et des valeurs communes à l'Europe ; d'autre part, c'est une conséquence de l'hétérogénéité du peuple européen.

L'Union européenne souffre d'un manque de visibilité et d'une faible image en Inde. Le préjugé est évident quand on voit l'importance accordée à Washington par les médias indiens. Comme l'anglais est devenu la lingua franca des initiatives et du dialogue interculturels, Internet ouvre à la bourgeoisie de l'Inde « branchée » des possibilités illimitées. Une situation qui pose un défi majeur aux chaînes européennes comme Deutsche Welle-TV (pratiquement inconnues ou seulement accessibles par

l'intermédiaire d'opérateurs de câble) offrant des produits culturels standardisés et indifférenciés, incapables de rivaliser efficacement avec des chaînes populaires telles que CNN et BBC.

Malgré les obstacles internes (subsidiarité) au développement d'une politique culturelle européenne plus dynamique (et la réticence de certains Etats membres à y contribuer), on tente aujourd'hui de compenser ce dédain stratégique de l'Inde en lançant des programmes innovateurs. Le Plan d'action commun adopté dans le cadre du Partenariat stratégique UE-Inde (2005) se fonde sur la Déclaration culturelle UE-Inde (2004). L'ouverture d'une « fenêtre » indienne dans le programme Erasmus Mundus a été accueillie avec beaucoup d'intérêt par les étudiants indiens. Il existe néanmoins un besoin urgent de développer d'autres initiatives bi- et multilatérales.

Aliénation culturelle ?

L'Inde et l'Europe, les plus grandes démocraties du monde, se ressemblent culturellement par bien des côtés – toutes deux sont des sociétés multilingues, multiculturelles, pluralistes, séculières et complexes. Elles ont donc vocation à être partenaires puisqu'elles partagent des valeurs et des convictions communes, y compris leur engagement en faveur de la démocratie, du pluralisme, des droits de l'homme et de l'autorité de la loi. Maintenant que

Pour la plupart des Indiens, il n'existe rien de tel qu'une culture européenne, mais plutôt diverses cultures et identités.

la Commission européenne a proclamé 2008 « Année européenne du dialogue interculturel », l'Union européenne doit encourager activement son dialogue avec des puissances montantes comme l'Inde. Nombre de liens et références historiques qui rapprochent l'Inde de la Grande-Bretagne, et donc de l'Europe, se sont considérablement relâchés avec le temps. La bourgeoisie branchée ne s'intéresse plus beaucoup à l'histoire, à l'art ou à la société européennes. Il faut impérativement développer une structure plus efficace d'échanges pédagogiques et encourager les élites indiennes à étudier en Europe. L'objectif principal devrait être d'accroître le nombre des étudiants en Europe ce qui, jusqu'à présent, a été contrecarré par les barrières linguistiques et par le fait que l'Europe ne fournit pas de structure de bourses universitaires de troisième cycle ni les perspectives d'emploi offertes aux Etats-Unis. Pour cela, il faudrait lever les restrictions d'attribution des visas et modifier les possibilités de travail, à temps partiel et durant les études tout au moins, surtout parce que la nouvelle génération de l'Inde s'oriente principalement vers les Etats-Unis et s'intéresse peu à l'Europe.

Le principe « unité dans la diversité », qui a présidé à la fondation de l'Inde, est aussi l'objectif proclamé de l'Union européenne. Un dialogue interculturel plus intense permettra à la fois à l'Europe et à l'Inde de profiter des expériences de l'une et de l'autre. Dialoguer de l'islam avec l'Inde - qui possède la deuxième population musulmane la plus importante au monde,

avec laquelle elle coexiste pacifiquement depuis des siècles - peut ouvrir à l'Europe de nouvelles perspectives sur l'intégration des Musulmans en Europe.

Simultanément, l'Inde peut apprendre beaucoup de choses de l'Europe sur les vertus de l'interdépendance et de l'intégration régionale.

Rajendra K. Jain est professeur et ancien directeur des Etudes européennes au Centre des Etudes européennes de l'Ecole des Etudes internationales à l'Université Jawaharlal Nehru de New Delhi.

ADIEU À L'EUROPE L'auteur est d'avis qu'il n'existe pas de dialogue interculturel entre l'Europe et l'Afrique, les coopérations culturelles se limitent la plupart du temps à des projets scolaires. De plus en plus, l'exemple culturel imposé par les puissances coloniales de l'époque est rejeté.

Adjai Paulin Oloukpona-Yinnon (Lomé)



Les traces les plus fortes laissées par l'Europe en Afrique, jusque dans le passé récent, l'ont été dans le domaine culturel. La culture européenne – sous la forme de l'éducation, de l'art, de la musique, de la littérature et de l'architecture, etc. – constitue le vestige le plus net de la présence européenne en Afrique. L'Africain « moderne » se distinguait par le fait qu'il reprenait à son compte les signes de la culture européenne : la langue, l'habillement, les opinions. Après avoir acquis quelques bribes superficielles d'une langue européenne, il pensait déjà avoir conquis les sommets de la culture européenne et considérait avec suffisance ses concitoyens noirs, analphabètes. Cette attitude arrogante provenait de l'époque où l'on déniait aux Africains le droit à une

culture propre ; ils devaient endosser la culture de leurs modèles blancs pour se faire reconnaître comme des humains. L'écrivain et penseur Frantz Fanon appelait ces « aspirants » Européens des « peaux noires, masques blancs ». Cette génération d'Africains a fait son temps depuis belle lurette, leur époque est finie. L'adhésion naïve à la culture européenne n'est plus aujourd'hui qu'un phénomène marginal en Afrique. Quiconque joue ce jeu, le fait au mieux par nécessité pratique en politique ou en économie. Autrement, la culture européenne est plutôt devenue une rareté en Afrique. En ce moment, la présence de l'Europe est plus politique que culturelle dans la vie des Africains. De nombreuses décisions de gouvernants africains n'auraient jamais été prises sans l'influence des Européens. En ce qui concerne l'économie, le modèle américain d'efficacité économique prend de plus en plus l'avantage.

Au contraire de ce qui se passait à l'époque coloniale, les Européens qui vivent aujourd'hui en Afrique viennent de divers pays d'Europe. C'est pourquoi la culture européenne ne se présente plus de façon aussi monolithique que du temps du colonialisme. Les institutions culturelles des nations européennes (Goethe-Institut, Alliance Française et autres) s'efforcent d'organiser des manifestations

conjointes, censées démontrer l'unité et la diversité européennes, mais le résultat est le plus souvent loin de correspondre aux objectifs visés : les concerts de jazz européens en Afrique ou les tournées africaines de troupes de théâtre célèbres ne sont aujourd'hui encore fréquentés que par des « initiés ». La grande masse des Africains n'est même pas consciente de l'existence de ces événements. Le continent noir, dont le passé a été si fortement façonné et marqué par l'Europe, commence à faire ses adieux au modèle culturel qu'on lui avait imposé.

De fait, il y a longtemps que l'on a pris congé de ce « modèle de civilisation » auquel a été astreint un continent entier et qui englobait tout : la religion et la morale chrétiennes, la culture et l'art européens, la mode, le style de vie, etc. Les Africains se construisent des identités à eux, rendant justice aux valeurs traditionnelles africaines et aux exigences globales modernes : l'explosion démographique et la pauvreté obligent les Africains à inventer de nouvelles formes d'existence, principalement pour survivre. De plus en plus de prophètes fondent ici et là leurs propres églises libres parce que les églises établies restent aveugles aux besoins des gens. Le commerce informel et l'économie de recyclage aident les gens à se sortir d'un chômage de moins en moins contrôlable dans les métropoles africaines. Les magasins de vêtements d'occasion décident de la mode dans de nombreux pays. Aucun

La culture européenne est aujourd'hui un luxe en Afrique que seuls très peu d'Africains peuvent se permettre.

doute que les modèles culturels occidentaux continuent d'exercer une forte attraction, mais le combat quotidien pour la survie transforme tout désir de culture européenne en utopie pure et simple. La culture européenne est aujourd'hui un luxe en Afrique, que seuls très peu d'Africains peuvent se permettre.

On ne peut nier que de plus en plus d'Africains boivent de la bière hollandaise ou du vin français, mangent des pâtes italiennes ou conduisent des voitures allemandes, mais tout ça ne concerne qu'une petite partie de la population africaine et témoigne de conformisme ou est l'expression de la richesse. Le rôle de la culture dans l'image que les Africains se font de l'Europe est en réalité tout à fait insignifiant, la majorité d'entre eux n'en sont pas affectés. Les Africains qui aspirent à la culture européenne et s'efforcent de l'acquiescer n'en adoptent, de plus, qu'une forme affadie ou une vague notion. Quant au refus de la culture européenne, il a également - et surtout - des motifs idéologiques : aujourd'hui, aucun Africain honnête et convaincu ne peut s'identifier avec une culture qui lui a refusé pendant des siècles le droit à sa propre identité.

Ce droit, les fondateurs de la « négritude » - l'ancien président du Sénégal, Léopold Sedar Senghor, et l'écrivain et politicien Aimé Césaire - ont dû le gagner de haute lutte. Leurs efforts ont finalement conduit l'Afrique à redécouvrir et, progressivement, à sauver son passé. Ils ont poussé la plupart des Africains à acquiescer une nouvelle conscience d'eux-mêmes leur permettant de construire leur propre identité sur des valeurs sûres.

L'historien de la culture Ulli Beier, l'un des meilleurs connaisseurs de l'Afrique occidentale dans le monde en-

tier, a formulé une fois la thèse que les valeurs culturelles naissent dans la tête des gens. Là, elles s'enracinent profondément et se transforment en « valeurs sûres », transmises de personne à personne. Il prouve son point en s'appuyant sur les cultures d'Afrique occidentale qui se sont continuellement adaptées aux nouvelles situations de temps et de lieu et se sont toujours renouvelées : « Les cultures d'Afrique de l'Ouest n'ont pas recours à l'écriture pour fixer leur histoire et la transmettre à leurs descendants. [...] Les Yoroubas ont inventé le « tambour parlant » à la place de l'écriture. Leur histoire et leur poésie, leur sagesse et leur humour peuvent être convertis en musique grâce au « tambour parlant ». Pour être accessibles au grand public, ils devaient être rappelés à la vie par les joueurs de tambour. Que ce procédé ait transformé les idées, que ces dernières se soient toujours adaptées aux nouvelles situations – voilà qui constituait la force de cette culture qui n'a jamais été dogmatique, mais est toujours restée flexible. » La preuve en est une documentation photographique de portraits de l'ethnie d'Afrique occidentale Yorouba, dont est issu le lauréat nigérian du Prix Nobel Wole Soyinka. Selon Beier, l'expression du visage de ce Nigérian moderne reflétait les « valeurs sûres » de la culture yorouba.

Chapeaux de paille modernes

Ce que Beier veut prouver vaut, en règle générale, pour l'image que les Africains se font de l'Europe culturelle et en même temps pour celle que les Européens se font de l'Afrique culturelle. Tandis que la culture européenne se trouve dans un

processus de développement continu, les Européens ont tendance à voir les cultures africaines à la lumière des anciennes « traditions » de l'Afrique, ignorant que les Africains passent par un processus d'adaptation semblable. Même les « spécialistes de la culture » européens, dont la tâche consiste pourtant à explorer les cultures et à en extraire les valeurs, semblent se contenter de vouloir sauver « des cultures minoritaires menacées » ou d'explorer les « traditions primitives et authentiques » des cultures africaines. Certains d'entre eux préféreraient voir les Africains continuer de vivre en chapeaux de paille afin d'avoir quelque chose à étudier.

Selon toute apparence, le dialogue des cultures ne peut se produire que si l'Africain apporte sa tradition immémoriale et l'Européen sa technologie de pointe. De nombreux Européens ont le même sentiment lorsque – pour de multiples raisons – ils se rendent en Afrique. S'ils n'y vont que pour les vacances, ils cherchent le soleil et le sable des plages à palmiers, loin de la pauvreté des bidonvilles. Mais s'il y viennent au nom d'un partenariat entre villes, alors ils veulent faire l'expérience de l'Afrique avec ses odeurs et ses débordements. Le désir de « l'Afrique originelle » aveugle tellement la plupart des Européens qu'ils en négligent l'essentiel : les personnes dans la tête de qui ces cultures prennent naissance et survivent.

Certains d'entre eux préféreraient voir les Africains continuer de vivre en chapeaux de paille afin d'avoir quelque chose à étudier.

C'est justement cela qui rend impossible le « dialogue des cultures ».

Le dialogue des cultures ?

« Le dialogue des cultures » est une expression à la mode qui proclame, sans la réaliser, la nécessité de la collaboration culturelle entre peuples et nations. La nécessité du « dialogue des cultures » peut s'expliquer et se justifier de mille manières, mais il règne les plus grands malentendus sur la nature de ce dialogue ou ce qu'il devrait être. Dans la coexistence quotidienne des gens de diverses cultures – que ce soit en Afrique ou en Europe – ce « dialogue » se réduit à une tolérance réciproque. Si l'on excepte quelques « avant-gardistes » européens, on assiste rarement à une véritable tentative de comprendre les cultures des peuples africains et d'en retirer un enseignement. Ainsi le « dialogue des cultures » en reste au niveau d'un slogan que les politiciens utilisent pour orner leurs discours afin de moissonner les voix des électeurs. Il est également employé dans les rapports des organisations non gouvernementales pour expliquer leurs projets et susciter les dons. Mais ce qui constitue la valeur d'une culture, ce qu'une culture peut apporter à une autre, rares sont les personnes soucieuses de le savoir vraiment.

Que l'écrivain nigérian Wole Soyinka, dont nous avons déjà parlé, ait obtenu en 1986 le Prix Nobel de littérature tient plutôt du geste politique, d'un point de vue actuel. La littérature africaine n'en est pas plus appréciée en Europe pour autant. Qu'un autre Nigérian, Okwui Enwezor, ait dirigé en 2002, à Kassel, la manifestation artistique mondialement célèbre Documenta 11, n'a pas valu plus de respect

au continent noir dans le domaine des arts visuels. Lorsque le Nigérian a été élu, beaucoup ont espéré que la domination artistique de l'Occident blanc sur la scène artistique mondiale, déjà déliquescence, s'effondrerait définitivement. Enwezor a fait une tentative réelle – non seulement en présentant des positions multiculturelles de tous les continents, mais encore en opposant un refus catégorique à la thèse de l'autonomie de l'art. Les avant-gardes ont trop souvent dégénéré en formalismes, dit Enwezor. L'art n'a de sens que s'il a une importance sociale, culturelle et politique et s'il prend position, avec ses moyens, contre le racisme, le pouvoir et la répression. Par rapport au présent, cela signifie pour lui : un art qui s'engage contre la globalisation, la « logique mathématique » du capital, respectivement « pour une communauté mondiale anticolonialiste ».

Depuis la fin de la Documenta 11, cette notion de l'art novatrice n'a malheureusement pas eu les conséquences positives que l'on pouvait en espérer. C'est justement parce que de telles initiatives, ainsi que les mutations culturelles qui s'ensuivent en Afrique, ne sont pas suffisamment prises en considération par les Européens qu'un « dialogue des cultures » entre l'Afrique et l'Europe reste chimérique. Et comme les artistes africains se sentent dédaignés par la scène culturelle de l'Europe, ils se détournent d'elle et développent leurs talents dans la scène fermée de l'Afrique.

Le processus de détachement, lancé par les intellectuels africains au début du XX^e siècle, s'est accéléré dans les trois ou quatre dernières décennies sans que les Européens ne parviennent à l'enrayer. Aujourd'hui, les Africains se montrent

de plus en plus hostiles envers la culture européenne. Les soi-disant intellectuels africains en sont actuellement les critiques les plus acerbes, même s'ils en reprennent certains aspects comme la gastronomie, la mode, la liberté de pensée, le progrès et toutes les formes de confort de vie.

Bien entendu, la culture continue de représenter un élément important de la coopération entre l'Europe et l'Afrique. La politique de développement bilatérale et multilatérale dépense pas mal d'argent pour la collaboration culturelle, pourtant on en attend toujours les effets durables. Le festival de cinéma FESPACO du Burkina Faso, entre-temps établi en Afrique, serait, par exemple, un excellent tremplin pour la distribution des films africains en Europe. Mais combien de passionnés de cinéma européens s'intéressent aux films africains ? La biennale Dak'Art aurait dû ouvrir le marché de l'art européen aux artistes africains, pourtant il est rare que cela se produise. La plupart du temps, la coopération culturelle concerne le soutien financier d'institutions scolaires ou universitaires. On trouve peu de projets à longue échéance dont l'objectif serait de lancer des passerelles et de fonder un véritable « dialogue des cultures ».

Ce serait déjà bien beau que l'on accorde un peu plus d'attention à un homme qui, toute sa vie, a non seulement exhorté

au dialogue des cultures, mais l'a encore pratiqué : l'écrivain d'Afrique occidentale Amadou Hampâté Bâ, qui a créé un proverbe émouvant pour parler des cultures d'Afrique : « L'arc-en-ciel doit sa beauté à la diversité de ses couleurs ». Y a-t-il une phrase plus adéquate pour définir également la culture de l'Europe ?

Adjaï Paulin Oloukpona-Yinnon a fait des études de langue et culture allemandes et passé son doctorat en 1978 à Tours. En 1996, il a également présenté une thèse à Bayreuth et Lomé. Depuis 1978, il enseigne à la faculté d'allemand de l'Université de Lomé (Togo). Oloukpona-Yinnon dirige l'ArtELI (Atelier de recherches thématiques Ecritures, Littératures et Identités) à l'Université de Lomé et préside le réseau A.v.H.N.i.A. (Alexander von Humboldt-Network in Africa).

Il est impossible de jouer dans un orchestre et de ne faire que jouer ou écouter. Si l'on se concentre sur son propre jeu, on joue peut-être bien, mais si fort qu'on risque de couvrir le jeu des voisins, ou si bas qu'on risque de ne pas entendre sa propre voix.

Et il va de soi qu'il est impossible de ne faire qu'écouter – faire de la musique est un art où il faut savoir écouter et jouer à la fois, l'un met l'autre en relief.





LE TRAQUENARD DE L'IDENTITÉ L'Europe ne se fait aucune image d'elle-même. Tout au moins est-ce l'idée que l'on se fait au Brésil du « sentiment communautaire » sur le vieux continent.

Leopoldo Waizbort (São Paulo)



Parler des liens culturels qui unissent l'Europe et l'Amérique, c'est aussi parler du processus d'expansion capitaliste qui a conduit à la « découverte » de l'Amérique et à sa colonisation. Il s'agit là d'un territoire grand comme un continent, qui a été baptisé Nouveau Monde, mais n'est pas issu du néant. Il est l'enfant de l'Europe et le sang de cette dernière coule dans ses veines. Ainsi l'Amérique n'est pas seulement l'étranger face au familier des Européens d'antan et d'aujourd'hui, mais elle en est également et simultanément une part constitutive. L'Amérique est l'Europe, mais selon des dimensions, des intensités et des temporalités multiples et diverses.

Dans ses rapports avec le Nouveau Monde, l'ancien, l'Europe, s'est renouve-

lé, et pas uniquement en exploitant et en accumulant l'or et l'argent pillés en Amérique ou suite aux autres conséquences. Ce commerce polymorphe n'a pas seulement empli les trésors des monarchies, mais aussi les pensées qui, dans le Nouveau Monde, se voyaient reflétées dans l'étranger sous une autre perspective.

Jusqu'à nos jours, aucune empreinte culturelle ne détermine davantage la vie des peuples d'Amérique que ce processus de colonisation amorcé par les Européens dès le XVI^e siècle et dont les effets se font encore sentir. C'est pourquoi – pour employer une formule extrêmement lapidaire – la différence entre l'Amérique et l'Europe est avant tout une stratégie d'autoreprésentation et d'auto-définition, forgée par les Européens au cours de leur histoire et naturellement reproduite dans l'espace (géographique et imaginaire) de l'Europe d'Outre-mer qui s'appelle l'Amérique.

Ces relations complexes entre les identités ont des racines si profondes que, la plupart du temps, l'Amérique est pensée comme une non-Europe, alors même qu'aujourd'hui – au bout de siècles d'alternance de moments de dépendance et d'indépendance politiques et économiques – tout semble se clarifier. Mais, si on peut qualifier l'opposition de l'Amérique et de l'Europe de construction, on peut en

faire tout autant des éléments de référence eux-mêmes, c'est-à-dire l'Amérique et l'Europe. En fin de compte, tout ramène aux sphères de l'histoire, seule dimension à pouvoir fournir les clés de lecture de ce processus identitaire complexe.

L'Europe comme aspiration identitaire

Parlons maintenant de l'image que l'opinion publique du Brésil se fait de l'Europe, dans sa dimension culturelle surtout. Il ne me semble pas que soit très marquée, au Brésil, l'aspiration à une identité incluant l'idée d'« Europe ». Malgré tout ce qui se dit dans ce pays sur l'Europe et la Communauté européenne, l'idée qui prévaut est toujours celle d'Etats-nations. Nous ne parlons pas de l'Europe, mais de la France, de l'Italie, de l'Espagne, du Portugal, de l'Allemagne, de la Grande-Bretagne et ainsi de suite. Les structures supranationales ne peuvent rivaliser, tant s'en faut, avec les réalités nationales, depuis longtemps pro-

fondément ancrées. Au Brésil, les présences portugaise, anglaise, espagnole, allemande, française et italienne, bien que différentes, ont toujours été très fortes. Une réalité qui perdure diversement sous couvert d'identité nationale. Le fait que les experts internationaux de la gastronomie s'accordent à reconnaître que São Paulo offre des cuisines espagnole, portugaise, italienne, française et allemande aussi délicieuses que celles des pays d'origine (hormis la cuisine anglaise cependant, à l'exception des gâteaux et des thés) en est une preuve éclatante, du moins aussi longtemps que la nourriture est considérée comme culture.

A São Paulo, fonctionnent plusieurs instituts culturels de pays européens : le Circulo Italiano, le British Council, le Goethe-Institut, l'Alliance Française et d'autres. Ils déploient tous les activités les plus diverses et tentent d'inscrire la présence culturelle de leurs pays dans la vie culturelle de la ville. Mais, à quelques rares exceptions près, ils ne travaillent pas ensemble. Dans leurs activités, ils s'appliquent à propager la culture de chacun de leurs pays, sous toutes ses facettes, partant de l'idée d'une culture nationale qui, toujours ou presque, fait passer l'idée de l'Europe au second plan (si tant est qu'elle l'inclut). Il est certain que cette dernière n'est pas très présente dans la représentation que nous nous faisons de l'Europe - qui reste pour nous un espace géographique surtout. On reconnaît l'extraordinaire richesse des manifestations culturelles de cet espace géographique, mais on classe celles-ci en fonction des identités nationales ; nous parlons du théâtre, de la littérature et des idées de la France, de l'Italie, de l'Allemagne, etc. Rien n'est présent d'une Europe qui inclurait ses

La différence entre l'Amérique et l'Europe est avant tout une stratégie d'autoreprésentation et d'autodéfinition, forgée par les Européens au cours de leur histoire et naturellement reproduite dans l'espace (géographique et imaginaire) de l'Europe d'Outre-mer qui s'appelle l'Amérique.

régions périphériques, la Grèce ou l'Albanie par exemple. Et il ne me semble pas exister en Europe d'imaginaire commun aux nations, mais plutôt un imaginaire qui les différencie, chacune séparément, tout en les situant dans un grand espace géographique nommé Europe.

Tenter de réfléchir, même superficiellement, à la difficulté de rompre avec les déterminants des identités nationales (il ne s'agit pas, bien entendu, de les nier, mais plutôt de faire coexister judicieusement les dimensions nationale et supranationale) fait apparaître que seule la démarche historique offre une issue. Il faudrait surmonter la distinction habituelle entre étranger et familier pour penser ces catégories selon un mode moins essentialiste. Mais cela signifierait penser d'une manière beaucoup plus nuancée le problème auquel je faisais allusion en entrée : c'est-à-dire remettre en question l'Amérique et l'Europe et, simultanément, ce mouvement et cette volonté identitaires qui donnent à l'idée d'Europe sa forme actuelle, en particulier dans la Communauté européenne. Une telle remise en question semble être très éloignée des forces politiques et économiques, mais aussi culturelles, qui influent aujourd'hui sur la vie des Européens.

Leopoldo Waizbort est professeur de sociologie à l'Université de São Paulo et ancien boursier du Deutscher Akademischer Austauschdienst (1993-1995) et de la Fondation Alexander von Humboldt (2005/2006). Il est, entre autres, l'auteur d'une biographie de Georg Simmel et dirige l'édition brésilienne de la Sociologie musicale de Max Weber et des œuvres de Norbert Elias.

L'EUROPE, UN PARADIS La Russie considère l'Europe comme un partenaire intéressant en matière de culture et d'économie. Les médias, en particulier, brossent un portrait positif du continent tout en ayant souvent recours à des lieux communs : cela tient au manque de ressources et aux lois du marché journalistique. *Sergej Sumlenny (Moscou)*



Aucune autre région, aucune autre confédération d'états économique ne sont aussi appréciées des Russes que l'Europe et l'UE. Cela ne tient pas seulement aux liens historiques étroits et à la proximité géographique. Dans les écoles de l'ancienne Union soviétique, l'histoire de l'Europe formait une part importante de « l'histoire du monde », une matière obligatoire. Les enfants devaient apprendre au moins une langue européenne, la matière « littérature universelle » comprenait un « codex de la littérature européenne » – de Homère à Ibsen et Dickens. Par ailleurs, la littérature classique russe est fortement marquée par la littérature européenne. Qui connaît bien les poètes du romantisme russe est assuré d'avoir lu presque toutes les ballades de Schiller,

car leur traduction et leur adaptation ont été extrêmement importantes pour l'évolution de la littérature russe.

Ce qui, dans l'Union soviétique, était pure abstraction et – pour les connaissances linguistiques – pratiquement inutilisable, appartient depuis maintenant près de quinze ans à la vie quotidienne. Après l'effondrement de l'Union soviétique, l'Europe – de la Finlande au Portugal – reste le but de vacances favori des Russes. Les billets d'avion bon marché rendent un voyage de Moscou ou Iekaterinbourg à Paris ou Berlin plus attrayant qu'un voyage vers Vladivostok et la partie extrême-orientale de leur propre pays, et parachèvent l'image : « L'Europe est proche et attrayante, l'Europe a bonne réputation, on aime l'Europe ».

Une étudiante moscovite sur deux a dans sa poche les livres d'Erlend Loe ou de Michel Houellebecq – souvent en langue originale. Les nouveaux films de Pedro Almodóvar ou de Jean-Pierre Jeunet remplissent les salles de cinéma. Peut-être le dernier bastion de résistance contre la culture européenne reste-t-il l'art moderne. Seuls quelques rares Russes (et je fais partie de ce petit groupe) apprécient les tableaux, les sculptures et les installations en provenance d'Europe. Ma propre expérience – une visite à la Pinacothèque de Munich en compagnie de Russes

et d'Américains – m'a enseigné que quatre-vingts à quatre-vingt-dix pour cent des jeunes Russes apprécient également la culture et l'histoire culturelle européennes, mais considèrent l'art contemporain européen comme un cul-de-sac ou même une dégradation des beaux-arts d'autrefois. Leur devise : « Dürer et Rembrandt sont mille fois supérieurs à tous les peintres modernes ».

L'art contemporain est le seul domaine de la culture européenne qui, d'ordinaire, ne trouve pas grâce aux yeux des Russes. En revanche, les Russes se montrent positifs et volontiers causants lorsqu'on aborde la tradition européenne de l'Etat de droit, les mesures de lutte contre la corruption ou les succès de la protection du patrimoine et de la nature. L'image positive que se font les Russes de la culture européenne obéit à une loi persistante : plus la situation économique de la Russie s'améliore, plus les Russes éprouvent de sympathie envers la culture européenne. C'est compréhensible : plus l'économie russe est florissante, plus les Russes se sentent disposés à adopter sans préjugés les expériences des autres nations – en tant que partenaires libres et égaux.

On peut sans doute affirmer que l'Europe n'a jamais joui d'autant de popularité en Russie qu'aujourd'hui – grâce aussi à nos succès économiques qui non seulement nous permettent de nous sentir enfin égaux à l'Europe dans les échanges d'idées, mais aussi nous poussent à cultiver la collaboration économique avec l'Europe. Selon les enquêtes les plus récentes de l'institut russe de sondages de l'opinion publique FOM, la grande majorité des Russes (80%) est d'avis que leurs responsables politiques devraient développer les relations avec l'UE. 68% pensent

qu'il est nécessaire d'entretenir une coopération encore plus étroite avec l'Europe. Seuls 10% des Russes interrogés disent que les relations avec l'UE sont trop étroites. L'enthousiasme pour les relations russo-européennes est plus fort que jamais : 39% des sondés disent qu'elles se sont encore améliorées dans la dernière année, seuls 9% sont d'un avis contraire.

Les médias : la force des clichés

Il faut cependant constater que cette belle image d'intégration, de coopération et de rapprochement réciproque a ses zones d'ombre. Celles-ci se trouvent là où on les attendait le moins – dans le travail des médias. L'image de la Russie esquissée par les journalistes européens, de même que l'image de l'Europe brossée par les journalistes russes, ne méritent pas d'autres attributs que cliché et distorsion grossière. La faute n'en revient pas à des journalistes malintentionnés (ce qu'il serait facile de changer), mais à des raisons objectives (ce qu'il est plus difficile de changer). De nos jours, la brièveté toujours plus grande des reportages télévisuels force pratiquement les journalistes à reprendre les clichés déjà présents dans la tête de leurs spectateurs au lieu de leur donner de nouvelles informations. Les émissions d'information de la télévision, qui s'adressent davantage aux sentiments qu'à la raison des spectateurs, font les frais de cette triste réalité. Les journaux et les revues doivent également recourir aux clichés et aux préjugés – ou perdre leurs lecteurs. De plus, les journalistes occidentaux et russes travaillant dans les studios étrangers sont en butte à des difficultés les empêchant de diffuser des émissions approfondies et dépourvues de clichés.

C'est à peine croyable, mais, malgré les milliards de pétrodollars dont dispose l'économie russe et qui provoque, pour la première fois depuis des années, une véritable vague de créations sur le marché des médias russes, les studios étrangers des télévisions les plus riches, la télévision d'état « Rossija » par exemple, demeurent les parents pauvres de ce boum. Même les médias les plus riches n'entretiennent d'ordinaire qu'un correspondant en Allemagne (également responsable de l'Autriche, de la Suisse et des Pays-Bas) et un cadreur (qui fait également office d'ingénieur du son, de chauffeur, de technicien, etc.). Les télévisions moins nanties, comme la chaîne privée RBC-TV créée il y a deux ans, n'ont même pas de correspondants en Europe et ne travaillent qu'avec des stringers. Leurs articles demeurent souvent emplis de clichés, pour des raisons de temps et des motifs économiques.

Il est probable que la seule source d'information approfondie, diverse et actuelle sur le quotidien européen reste la chaîne Euronews, financée par des chaînes européennes et russes et qui emploie dans sa rédaction russe des journalistes de la chaîne d'état « Rossija ». Le seul problème d'Euronews est d'être mal positionné sur le marché des médias russes – la plupart des Russes ne savent absolument pas comment est financée Euronews et de plus, ils sont égarés par son nom. Ainsi la chaîne a-t-elle la réputation d'être une « télévision de propagande » de l'Union européenne, ce qui évidemment est faux.

Cette image déformée (même sans malveillance intentionnelle) de l'Europe en Russie conduit à une image déformée dans la tête des auditeurs et des lecteurs. A première vue, cette situation présente un avantage pour l'Europe – l'image de l'Europe en Russie est certainement meilleure que ne l'est la vie réelle en Europe, mais, comme toute distorsion, celle-ci entraîne une perte de réalité et fait obstacle à une perception objective de la politique européenne. Pour la plupart des Russes, l'Europe constitue un exemple de

système politique et économique réussi – une conviction passablement fondée, bien entendu. Toutefois, cette conviction empêche d'estimer à leur juste valeur et de comprendre les problèmes sociaux et économiques (parfois graves) existant en Europe. Ainsi une opinion absolument correcte – « L'Europe a connu de grands succès durant les dernières décennies » – se transforme pour aboutir à une affirmation erronée – « Il n'y a pas de problème en Europe ». Et ceux qui signalent les problèmes sont souvent traités de « vieux propagandistes soviétiques » et de « populistes antidémocratiques » – ce qui est totalement absurde.

J'ai moi-même fait l'expérience de ces critiques, en juin 2006, lorsque j'ai écrit, pour l'influente revue russe de politique économique « Expert », un article sur le conflit opposant depuis six bons mois les médecins des hôpitaux universitaires allemands et leurs employeurs. « Ce genre d'événement, ça ne peut pas arriver en Allemagne », m'a écrit un lecteur, et d'autres : « Pourquoi essayez-vous de nous faire croire que la médecine allemande traverse une crise ? Voulez-vous faire oublier celle de la médecine russe ? » La critique la plus acerbe supposait « que le Kremlin m'avait chargé d'une mission de propagande ». Le seul domaine de la politique intérieure de l'Europe que tous les Russes trouvent aberrant et inacceptable est sans doute celui de la politique d'immigration. Les images télévisuelles des voitures en feu à Paris (les équipes de cameramen des plus grandes chaînes de télévision ont été prises à partie par les casseurs alors qu'ils filmaient en direct) et les actions de protestation des musulmans au Danemark et en Grande-Bretagne à la suite de la publication des caricatures de

Mahomet ont convaincu les Russes que la voie européenne d'une société ouverte à l'immigration était pavée de grands dangers. Une exception qui confirme la règle que l'Europe n'a pas de problèmes.

Dans le ghetto des idées

Une des difficultés à laquelle se heurtent les journalistes allemands en Russie est leur méconnaissance de la langue. Cela peut paraître surprenant, mais la plupart des journalistes allemands qui se rendent en Russie ignorent le russe. Ils se rendent aux interviews accompagnés de producteurs russes qui leur servent d'interprètes ; il n'y pas jusqu'au résumé quotidien des informations publiées par les médias russes - une partie importante du travail de journaliste - qui ne soit préparé par ces producteurs. Les journalistes russes se souviennent encore de ce correspondant d'une chaîne de télévision allemande qui, au bout de quinze années de travail à Moscou, ne maîtrisait que quatre phrases de russe, toujours les mêmes, qu'il répétait à l'envi à tous ses interlocuteurs : « Comment ça va ? », « C'était mieux avant ? », « Votre président, c'est un homme droit ? » et « Quelle sera la suite des événements ? ». C'est, bien sûr, un cas extrême, mais il n'est pas loin de refléter la réalité.

Pourtant la méconnaissance des langues n'est pas le plus gros problème des journalistes occidentaux en Russie. Le plus gros problème, c'est que les journalistes occidentaux s'enferment souvent, volontairement et consciemment, dans une sorte de « ghetto des idées ». Le cercle de leurs partenaires d'interview est très limité et, la plupart du temps, il reste identique des années durant. La plupart des personnes interviewées par les médias

allemands sur les sujets actuels de la politique intérieure et étrangère de la Russie n'appartiennent plus depuis longtemps à la scène politique du pays. Les Russes les considèrent comme des personnages marginaux et accordent aussi peu d'attention à leurs propos que les Allemands à ceux des porte-parole du NPD ou de la Nouvelle gauche - en tant que « politiciens », ils ne sont guère courtisés que par les médias allemands. Le pire est que ces mêmes personnes, parce qu'elles n'ont que de maigres revenus, sont souvent payées par les Allemands pour leurs interviews. Elles finissent par être dépendantes de ces interviews et répètent inlassablement ce que l'on attend d'elles. C'est un cercle vicieux difficile à briser.

Malgré tout, j'ai bon espoir que ces problèmes se résolvent d'ici peu ou tout au moins qu'ils s'atténuent. Plus les journalistes russes et européens de chaînes de télévision semblables à Euronews diffuseront une image réaliste de l'Europe en Russie, et plus les journalistes (grâce aussi à la collaboration des revues et des chaînes de télévision russes et européennes) transmettront à l'Europe une image fondée de la Russie, plus les informations avérées circuleront facilement dans les deux sens - et moins il y aura de clichés et de malentendus dans les têtes des Russes et des Européens.

Sergej Sumlenny est journaliste de formation. Il a un doctorat en sciences politiques et est correspondant allemand du magazine économique russe « Expert ». Auparavant il a été collaborateur du studio de radio ARD à Moscou et de la chaîne de télévision économique privée RBC-TV. Boursier de la Fondation Alexander von Humboldt, il a mené des travaux de recherche sur les rapports des médias et de la politique dans les années 2005/2006.

L'âme de l'Europe
fait mauvais ménage avec
la langue des comptables
et des notaires, si nom-
breux dans les institutions
européennes.

Nous devons nous poser
des questions très simples:
Pourquoi voulons-nous vi-
vre ensemble en Europe ?
Comment voulons -nous
vivre ensemble ?

Alors nous comprendrons
bien ce qui fait
l'esprit de l'Europe.

Bronislaw Geremek, ancien Ministre des Affaires étrangères de la Pologne





CLÉ DE VOÛTE OU PLANTE D'ORNEMENT ?

La culture est « in », dans l'Union européenne également. A Bruxelles, non seulement la Direction générale responsable s'en occupe, mais aussi de nombreuses sections politiques. Quelle valeur l'Union européenne attache-t-elle à la politique culturelle ? *Enrique Banús*



Si c'était à refaire, je commencerais par la culture. Bien que Jean Monnet n'ait pas prononcé cette phrase, son désir putatif de donner à la culture toute son importance est attesté même par les écrits officiels. Nous en sommes pourtant loin encore. Car, contrairement aux prophéties optimistes du Parlement européen de 1983 que, bientôt, un pour cent du budget de l'UE serait consacré à la culture, seuls 0,03 pour cent lui sont consacrés au jour d'aujourd'hui (langues comprises, mais sans compter l'audiovisuel). On peut, à juste titre, se demander s'il est possible de parler de politique culturelle au niveau de la Communauté. Du point de vue purement juridique tout porte à en douter car le traité ne prévoit vraiment que des mesures complémen-

taires de coordination. Quant à la constitution avortée, elle ne prévoyait aucun amendement aux articles sur la culture.

S'il n'y allait que de ces constatations, mon article serait vite écrit. Mais les choses ne sont pas si simples – comme souvent avec les errements et les confusions de l'unification européenne. Certes la Communauté n'a été dotée de compétences en matière culturelle qu'avec beaucoup de réticence. Depuis toujours, dans de nombreux Etats membres, les responsables principaux de la culture sont les Länder ou, à la suite de la décentralisation progressive des années quatre-vingt, les régions, et ces derniers se comportent comme des gardiens sourcilleux de leurs prérogatives. L'opinion prédominante veut que la culture doive s'épanouir le plus près possible du citoyen. La « bruxellisation » de la culture – que l'on me pardonne ce néologisme – s'attirerait peu de sympathie.

D'ailleurs, les documents de base ne le permettraient pas : depuis Maastricht, le traité confie à la Commission le soin de préserver le « patrimoine culturel commun », mais seulement en deuxième position après la diversité culturelle qui dans l'article en question (il porte maintenant le numéro 151) est mentionnée à deux reprises. La diversité doit être sauvegardée, le patrimoine commun mis en valeur. Cet-

te déclaration est encore affaiblie par le fait que, nulle part, on ne donne de définition claire du terme.

Malgré tout, il est possible d'analyser la signification de la culture et son respect par la politique de la Communauté à trois niveaux : d'une part, on peut examiner l'action de la Direction générale de la culture à qui a été directement confié le soin de mettre en œuvre les objectifs de l'article 151 ; d'autre part, il est facile de constater que d'autres domaines politiques affectent la culture (de la traditionnelle politique relative au marché intérieur à la politique régionale dotée d'une forte capacité financière) ; enfin, troisièmement, ces dernières années, la dimension culturelle a souvent été évoquée en liaison avec la politique étrangère. Et pour finir, on pourrait encore considérer la culture dans un sens plus large et la relier à la pensée d'une « identité européenne ».

La culture et l'audiovisuel

L'organigramme de la Commission confie, depuis toujours, la politique culturelle et la politique de l'éducation à une seule Direction générale. Le sport aussi y est inclus. Aujourd'hui s'y sont ajoutées la politique linguistique (mieux : le soin du multilinguisme), la jeunesse et la société civile. Le domaine de l'« audiovisuel » en est sorti qui fait désormais partie de la nouvelle Direction générale « Société de l'information et médias ». Tout cela n'est pas particulièrement passionnant. Mais le divorce de l'audiovisuel et de la culture est pour le moins remarquable vu que ce dernier a longtemps été l'enfant chéri de la politique culturelle, auquel on accordait davantage de moyens qu'à

tous les autres domaines culturels réunis (ce qui est encore le cas aujourd'hui). Le bruit courait que le cinéma et la télévision contribuaient davantage à la création de la conscience (européenne) que la littérature ou la musique. Ce qui ne fait aucun doute, c'est que ce domaine est financièrement prometteur, de sorte qu'un secteur spécifique s'est constitué à proximité de la politique commerciale.

Et en vérité, c'est dans le domaine de l'audiovisuel que l'on se conduit « politiquement ». Il s'agissait – surtout à l'époque où François Mitterrand dirigeait la France – d'encourager le cinéma européen et de l'aider à se tailler une part de marché plus importante. Pour toute justification, on prétendait que le cinéma européen transmettait des valeurs européennes et qu'il fallait empêcher son américanisation. Cela a non seulement conduit à encourager le cinéma, mais également et surtout, à régler la télévision – la partie la plus connue étant le « quota européen ». Cela a également conduit à l'« exception culturelle » : oui à la libéralisation du commerce international, mais pas pour les biens culturels ; dans ce domaine, les Etats ont le devoir non seulement d'encourager, mais aussi d'exiger que ces fameux quotas soient respectés. Le comportement des spectateurs européens ne s'en est pas modifié pour autant : les succès du marché cinématographique européen continuent de venir des Etats-Unis et les salles d'Europe réalisent soixante-dix pour cent de leurs chiffres d'affaires grâce aux productions américaines. Tout compte fait cependant, plus d'un film ou d'un festival européen doit son existence à la Communauté.

La France n'était pas seule durant ces années (elle énonçait la position officielle

de négociation de l'Union), mais les autres Etats membres ne sont pas parvenus à s'enthousiasmer pour les quotas. Entre-temps, la situation s'est détendue et les programmes MEDIA qui ont été lancés en 1991 ont continué de courir sous l'appellation Media Plus et Media Training jusqu'en 2006. Le projet de loi pour le programme subséquent est déjà passé devant le Parlement. L'argumentation indique : « Le soutien de la Communauté au domaine audiovisuel relève de la stratégie visant à donner aux Européens le choix ». Mais aussi : « Si les Européens n'ont pas accès à des fictions, des drames, des documentaires et d'autres œuvres qui reflètent la réalité de leurs propres vies et histoires ainsi que de celles de leurs voisins, ils cesseront de les reconnaître et de les comprendre entièrement ». Suivent plusieurs motifs qui, ce n'est pas un hasard, évoquent l'aspect économique. « Les conclusions du Conseil européen de Lisbonne », lit-on, « stipulent que « les industries du contenu créent de la valeur ajoutée en exploitant et en mettant en réseau la diversité culturelle européenne ». L'action de la Communauté, en favorisant la concurrence dans l'industrie audiovisuelle, contribuera à atteindre les objectifs fixés par la stratégie de Lisbonne ». Dans le monde de la culture, on apprécie assez peu cette « exploitation » de la diversité culturelle, pourtant elle n'étonne guère : dans cette alliance de la culture et du commerce, un premier côté anodin précède tout naturellement un côté détestable (« l'instrumentalisation de la culture »). Une démarche qui, en tout cas, s'apparente aux politiques d'encouragement de la culture de nombreux Etats. Diffusion, festivals, mais aussi production sont financés, la plupart du temps

à hauteur de 50 000 euros. Il en sera de même pour MEDIA 2007 dont la validité devrait s'étendre jusqu'en 2013 et qui devrait disposer de plus d'un milliard d'euros. S'y ajoutera la nouvelle initiative « i2i Audiovisuel » qui devrait permettre aux producteurs de cinéma d'obtenir un financement de la part des établissements de crédit. Et assez bizarrement, tout cela fait partie de la politique culturelle.

De part et d'autre de la Direction générale

La politique culturelle menée par la Direction générale ces derniers vingt ans (la Direction générale responsable de la politique de l'information a hérité de la « culture » en 1986) fait penser au déboisement progressif d'une forêt. Bien avant que la Communauté soit officiellement dotée de responsabilités dans le domaine de la culture, elle avait pris certaines mesures. La Commission avait pris les devants dans le domaine de la sauvegarde du patrimoine surtout – avec l'accord des Etats membres, bien sûr. Comme les bases juridiques n'étaient pas encore en place, les décisions étaient prises comme « des décisions des ministres de la culture réunis au sein du Conseil ». A suivi une période d'activisme assez sauvage – du soutien de colloques de traducteurs au financement de la formation de gestionnaires culturels ou d'expositions de jeunes artistes – dont la ligne était peu évidente. Après cette période de tâtonnements sur l'essence d'une politique de la culture (qui en principe devrait se limiter à des « actions dans le domaine culturel »), trois secteurs se sont précisés qui ont donné naissance à des programmes baptisés des jolis noms de « Raphaël », « Ariane » et

« Kaléidoscope ». Le premier est consacré au patrimoine culturel, le second à la lecture et à la littérature et le troisième est ouvert à une multitude d'initiatives qui devraient toujours impliquer divers partenaires dans leur réalisation.

Les programmes se sont prolongés jusqu'au début du XXI^e siècle ; ils ont ensuite été remplacés par « Culture 2000 » dont l'objectif était « la mise en place d'un espace culturel commun à tous les peuples d'Europe tout en respectant leur diversité nationale et régionale », comme l'indique le site Internet. Le programme a pour objectifs « la promotion du dialogue culturel et la connaissance mutuelle de la culture et de l'histoire des peuples de l'Europe ; la promotion de la création, de la diffusion transnationale de la culture et de la mobilité des artistes, des créateurs, des autres acteurs et professionnels de la culture, ainsi que de leurs œuvres, ... ; la mise en valeur de la diversité culturelle et le développement de nouvelles formes d'expression culturelle ; la reconnaissance explicite de la culture en tant que facteur économique et facteur d'intégration sociale et de citoyenneté ; « Culture 2000 » soutient des projets de collaboration transnationale entre les opérateurs et acteurs culturels ainsi qu'entre les institutions culturelles des pays participants ». De nouveau, s'il est très ouvert, ce programme d'encouragement reste traditionnel : l'Union elle-même ne déploie qu'une action insignifiante, le gros de l'enveloppe financière (seuls dix pour cent en sont exclus, qui peuvent être alloués à d'« autres » dépenses) réchauffe

L'opinion prédominante veut que la culture doive s'épanouir le plus près possible du citoyen. La « bruxellisation » de la culture – que l'on me pardonne ce néologisme – s'attirerait peu de sympathie.

le cœur des acteurs culturels (opérateurs et organisateurs), si tant est qu'ils aient la patience de remplir tous les formulaires – et que le comité de sélection leur soit clément.

Les 236,5 millions d'euros alloués pour la période 2000–2006 devaient financer « des actions au caractère innovateur et/ou expérimental » qui « encouragent l'émergence et l'épanouissement de nouvelles formes d'expression culturelle, ... qui facilitent l'accès à la culture ... notamment des jeunes et des plus défavorisés ainsi que ... la diffusion d'événements culturels en direct grâce aux nouvelles technologies de la société d'information », « des actions intégrées au sein d'accords de coopération culturelle structurés et pluriannuels » ; « Les accords s'appliquent d'une part aux actions sectorielles de développement d'un domaine culturel, d'autre part aux actions transsectorielles associant plusieurs domaines culturels » ; enfin, il s'agit d'encourager « des événements culturels spéciaux ayant une dimension européenne et/ou internationale », lorsque ceux-ci « contribuent à une meilleure prise de conscience de l'appartenance à une même communauté ». On ne peut dire que ce soit très concret, et la difficulté réside dans le détail. La marge de manœuvre des fonctionnaires a toujours été relativement étendue, voilà que l'on fait désormais appel à des experts externes pour la sélection.

Un coup d'œil sur les projets soutenus en 2005 nous éclaire sur les résultats de la « politique culturelle » de la Commission (disons plutôt la politique de financement dans le domaine culturel). On remarquera que les Etats y participent de façon extrêmement diverse. En tête de liste se trouve l'Italie, avec 35 projets

soutenus, puis l'Allemagne avec 25 projets, l'Espagne avec six projets, c'est-à-dire autant que la Bulgarie, les Pays-Bas et la Slovénie (on répertorie les projets en fonction du pays d'où provient la requête, chaque projet associant plusieurs pays). Les données ne peuvent être analysées dans le cadre de cet article, mais elles sont assez révélatrices de l'emploi qui est fait des deniers communautaires.

Il est également intéressant de voir quels domaines de vie sont couverts par les projets et passent pour de la culture : « Culture Heritage », « Translation - Littérature », « Performing Arts », « Translation - Science », « Visual Arts », « Literature Books & Reading », telles sont les catégories (peu originales) prises en compte. Elles correspondent à peu près aux divisions d'un ministère de la culture et délimitent un terrain d'où seule émerge comme spécifique la forte proportion de traductions (50 projets pour la littérature, 20 pour la science). 63 des 218 projets concernent le patrimoine culturel, et 56 les « Performing Arts », ce qui correspond également à une politique culturelle conventionnelle ; la littérature et les « Visual Arts » sont plus faiblement représentés.

Il s'agit donc de diffusion de connaissances culturelles d'un Etat vers les autres ou de diffusion culturelle tout court (dans le domaine de la littérature, il s'agit souvent de traduction) ; il s'agit de patrimoine culturel, souvent par-delà les frontières, quelquefois attaché à une région spécifique dont le patrimoine est sans doute considéré comme « européen » ; il s'agit de festivals et toujours de projets communs associant des partenaires de divers pays - cette dimension transnationale résultant du dialogue interculturel des divers acteurs, une nécessité pour ob-

tenir des fonds (1198 partenaires étaient impliqués dans les projets agréés, tout de même !).

Cet exposé nous a déjà fait tomber dans le piège : la quantification de la culture. Combien de projets, combien de domaines, combien d'acteurs ? Nul doute qu'il vaudrait mieux analyser le contenu des projets, mais du « Canton della Pace » au « Industrial Mining Heritage », on trouve de tout, un pêle-mêle bariolé qui reflète certainement la diversité et - mais cela est plus difficile à discerner - cette communauté du patrimoine culturel stipulée par le traité.

Au premier coup d'œil, peu de projets semblent destinés aux artistes ; l'aspect technique prédomine sur l'aspect créatif. Il est difficile de reconnaître les points forts d'une politique culturelle clairement définie et spécifique à l'Europe ; l'attribution de la plupart des fonds selon le mode du « mécénat » rend malaisée la définition d'une ligne politique claire. C'est pourquoi on se trouve face à une mosaïque de requêtes suscitées par l'initiative privée et qui se soucient comme d'une guigne des priorités générales.

Pour les millions destinés aux actions dont la Communauté prend l'initiative, il n'est pas besoin de requêtes. Ces fonds sont en grande partie attribués au programme des « capitales culturelles », une institution entre-temps fort populaire qui pousse de nombreuses villes à la compétition. La sélection est d'abord nationale, puis elle se fait au niveau de la Communauté (en 2016, par exemple, ce sera le tour de l'Espagne et déjà il y a sept can-

Cet exposé nous a déjà fait tomber dans le piège : la quantification de la culture. Combien de projets, combien de domaines, combien d'acteurs ? Nul doute qu'il vaudrait mieux analyser le contenu des projets.

didatures fermes). Une autre action, non liée à des projets, soutient financièrement des organisations qui s'engagent en faveur de la culture au niveau européen – que ce soit le Bureau européen pour les langues moins répandues ou le réseau d'information et de documentation Mercator ou encore les monuments historiques des anciens camps de concentration nationaux-socialistes. Et finalement vient la liste des « organisations visées à l'annexe I, section 3, volet 2, point 2 » (une excellente question de quiz !) qui prévoit d'ordinaire un appel d'offre ouvert (excepté en 2004 et 2005) : parmi les 39 favorisés se trouvent des orchestres (de jeunes, de chambre et baroques) de l'Union européenne ainsi que la Philharmonie des nations, la Fédération européenne des chœurs de l'Union et d'autres acteurs de la musique chorale, le Centre européen de l'opéra, l'Orchestre de jazz des jeunes de l'Union européenne « Swinging Europe », l'Association européenne des conservatoires, académies de musique et Musikhochschulen (AEC), la Convention théâtrale européenne et l'Union des théâtres de l'Europe (et d'autres initiatives liées au théâtre), le Congrès des écrivains européens (EWC), la Fédération européenne des villages d'artistes (Euroart), le Réseau européen des centres culturels et artistiques pour l'enfance et la jeunesse (EU-NET ART), le centre de formation de gestion culturelle, les organisations muséales et pour terminer, la Communauté européenne des guildes historiques de tir. La liste est longue, mais nécessaire : elle permet de constater que tous les domaines sont concernés, elle atteste du lobbying qu'il aura fallu déployer avant que ne soit accordé le soutien et témoinne d'une démarche procédant plutôt de

« l'arrosage » – peu d'eau, mais pour beaucoup de fleurs.

Et pourtant, tout porte à croire que nombre de ces institutions ne pourraient survivre sans les subventions de l'Union.

Suite à l'appel d'offre ouvert de 2006, 34 organisations ont été sélectionnées, dont un bon nombre de vieilles connaissances. Parmi les nouvelles venues, mentionnons l'Orchestre de la Méditerranée réunissant 91 musiciens de 16 pays ; on se préoccupe maintenant de musique ancienne et il y a eu quelques fluctuations dans les autres domaines, mais le tableau n'a pas fondamentalement changé : derrière les sonorités révolutionnaires de la Fondation « Tumult » de Pologne se cache un festival de cinéma, le Berlinois « Bootlab zur Förderung unabhängiger Projekt » se préoccupe de médias et l'Italienne « Fondazione Fabbrica Europa per le Arti Contemporanee » ne manque pas d'ambition. Mais le « principe de l'arrosage » perdure : il est prévu de distribuer 5,5 millions à ces 34 organismes, une manne de 162 000 euros chacun en moyenne. Je laisse le soin aux lecteurs de décider s'il s'agit là de politique culturelle ou si l'UE s'est transformée en mécène – fixant quelques priorités qui soulignent le caractère transfrontalier de son action.

La culture, en tous temps, en tous lieux

La Direction générale n'est pas seule à s'occuper de culture. En ce qui concerne les politiques culturelles, il vaut la peine de se rendre en France, par exemple, et de faire le tour des autres ministères pour constater que l'Etat fait tout pour la culture – et que même au Ministère de

la Défense, on trouve des fonds pour la culture. A Bruxelles il est également recommandé d'ouvrir les yeux et de chercher la culture. Le traité dit en effet : « ... la Communauté tient compte des aspects culturels dans son action au titre d'autres dispositions du traité... » Il semblerait que cette phrase se réfère à toutes les dispositions du traité, ce qui confère au traité un caractère utopique assez sympathique. Mais il est très difficile de garantir cette omniprésence de la culture : l'article est en vigueur depuis 13 ans et, jusqu'à présent, seul un « Premier rapport sur la prise en compte des aspects culturels dans l'action de la Communauté européenne » a été édité en 1996 – on attend le deuxième depuis 10 ans.

Où la Communauté européenne développe-t-elle d'autres actions influant sur la culture ? Sans aucun doute, dans le domaine de l'audiovisuel seulement présent dans la Direction générale « Société de l'information et médias ». Le domaine de l'Internet y est également affilié, dont l'importance pour la culture n'est pas à sous-estimer. L'intitulé « Culture in the digital era » recouvre donc les questions d'audiovisuel, de radio et d'Internet – et souvent des aspects techniques, par exemple la sécurité dans la communication électronique, les nouvelles possibilités de radiodiffusion et autres. Internet est vu comme s'appliquant surtout aux domaines de la santé, des affaires, de l'éducation et de l'administration, mais aussi de la société. Au sens strict du terme, tout cela n'a pas grand-chose à voir avec la culture, mais a, au sens large du terme, énormément de répercussions sur la culture – et bien que qu'on n'en donne pas de définition concrète, le souci de ces répercussions est perceptible. Plus direc-

tement lié à la culture, le financement des programmes de numérisation et la mise en réseau des musées, des bibliothèques et des archives (musicales), mais aussi des films et des cartes historiques. Mais là encore, on se trouve face à une politique de subventions dont la qualité dépend des requêtes et des sélectionneurs.

Bien entendu, on peut trouver matière à culture au sein d'autres Directions générales : Agriculture et développement rural, Santé et protection des consommateurs, Emploi, Affaires sociales et Egalité des chances mais aussi Environnement (plus de dix pour cent des projets soutenus par le programme LIFE sont directement liés à la culture) ou encore Aide au développement (notamment pour « tourisme et culture ») et Commerce, responsable des questions des droits d'auteur et de la prise en compte des biens audiovisuels dans le processus de libéralisation du commerce international. Ce sont des préoccupations qui ont quitté le devant de la scène depuis le cycle d'Uruguay, mais sur le site de la Direction générale Commerce, pour ce qui est des prochaines négociations, on se dit « committed to defending the right of WTO members to promote cultural diversity » (disposé à défendre le droit des membres de l'OMC de promouvoir la diversité culturelle).

La politique de recherche soutient de nombreux et importants projets de culture (près de 115) grâce aux 5^e et 6^e Programmes-cadres : l'éventail de ces projets est très large, ils sont souvent liés au patrimoine culturel et ont quelquefois recours

La liste atteste du lobbying qu'il aura fallu déployer avant que ne soit accordé le soutien et témoigne d'une démarche procédant plutôt de « l'arrosage » – peu d'eau, mais pour beaucoup de fleurs.

à des acronymes pour le moins surprenants – comme, par exemple, AMICI-TIA (« Asset Management Integration of Cultural Heritage In The Interexchange between Archives ») ou MATAHARI, ce qui signifie « Mobile Access to Artefacts and heritage at remote Installations ».

En ce qui concerne la politique régionale, il est établi depuis des années que nombre des projets qu'elle soutient ont une teneur culturelle ou qu'ils ressortissent, eux aussi, au patrimoine culturel. Il s'agissait, par exemple, de transformer un moulin désaffecté en écomusée ou d'ouvrir une région au tourisme culturel et bien d'autres choses encore. Dans ce domaine, la Commission partage en effet l'opinion largement répandue depuis les années quatre-vingt, que la culture peut parfaitement stimuler la croissance économique, mais aussi à contribuer à la revitalisation de régions en pleine mutation structurelle.

S'il est évident que la culture n'est pas omniprésente dans l'action de la Communauté européenne, qu'elle n'y est ni prédominante ni prioritaire, on ne peut nier qu'elle se manifeste en maints endroits. L'important pour la Communauté, depuis les années cinquante, était de créer un marché commun et d'abolir les barrières commerciales. Dans les traités de Rome, le mot « culture » n'apparaît pas et cela pourrait donner l'impression que la culture n'a acquis d'importance qu'avec l'introduction du fameux article 128 (aujourd'hui 151) dans le traité de Maastricht. Ce serait manquer de perspicacité : le marché ne se développe pas dans le vide ; il participe de la société, exerce son influence à partir de et à l'intérieur de celle-ci – exactement comme la culture. Et en vérité, on s'est vite rendu

compte que la libre circulation des marchandises incluait aussi les « biens culturels » et que la libre circulation des employés s'étendait également aux artistes. Même le droit des subventions fait état de cas dans lesquels la culture est concernée et plus d'une directive mentionne expressément qu'elle est applicable aux activités culturelles.

Le conflit entre liberté de circulation – sur laquelle se fonde l'ensemble de la vie communautaire – et protection de la culture est réglé de telle sorte qu'il soit possible de faire des exceptions « en vue de préserver ... les biens nationaux de valeur artistique, historique ou archéologique », comme le dit le traité de Rome. Et puis, il existe également la jurisprudence de la Cour de justice européenne qui se soucie de « culture ». De plus en plus souvent, il n'est pas seulement question d'affaires de droits d'auteur, mais de liberté de circulation en relation avec la vie culturelle (ou les médias). Et souvent les Etats échouent à faire valoir que des mesures limitant la liberté de circulation sont justifiées par la protection de la culture.

Que la culture ait beaucoup d'importance pour la vie communautaire, on s'en rend compte à propos des choses les plus inattendues. Ainsi, en 1997, la Commission a rédigé une note au Conseil et au Parlement européens (ainsi que la décision correspondante) « sur le secteur des olives et de l'huile d'olive (y compris ses aspects économiques, culturels, régionaux, sociaux et environnementaux) ». Quel dommage qu'en 1987, le fameux décret allemand sur la pureté de la bière n'ait pas invoqué les effets culturels, mais ait uniquement mis en avant les effets sur la santé !

De la culture au dialogue interculturel

Cela nous conduit à une autre question pour laquelle la politique culturelle a de l'importance. Elle a été abordée dans le cadre de la politique méditerranéenne – un des chevaux de bataille de Romano Prodi – comme l'un des principaux piliers d'une nouvelle politique de voisinage : le Dialogue interculturel auquel sera spécialement consacrée l'année 2008. L'espace méditerranéen – carrefour des civilisations, forum de rencontres diverses (mais pas toujours positives) – devient de nouveau la mer fatidique de l'Europe. Face à l'immigration massive d'Afrique du Nord, face à des régions riveraines souvent peu amicales, face à certains malentendus et menaces – les prodigieuses chances de cet espace géographique et culturel semblent s'abîmer dans les thèses idiotes du « choc des civilisations ». Ne discutons pas la question de savoir s'il est sensé de répondre à ces thèses en développant le dialogue interculturel. Quoi qu'il en soit, de grands efforts ont été accomplis dans ce domaine : A Bruxelles, la Commission a organisé trois congrès, et Romano Prodi lui-même a mandaté un « groupe de sages » extrêmement compétents dont le rapport final, malgré certaines hantises, a livré de précieuses indications sur la manière dont peut se réaliser l'espoir que le dialogue mène non seulement à la tolérance, mais encore au respect. Dans ce document de 2003, on peut lire : « d'une part, chercher dans le dialogue avec l'Autre la source de nouveaux repères pour soi-même et, d'autre part, partager avec tous l'ambition de construire une « civilisation commune » par-delà la légitime diversité des cultures héritées ».

L'éducation à un dialogue interculturel qui s'étend à l'ensemble de la société et non seulement aux colloques, la capacité de faire preuve d'une ouverture d'esprit essentielle tout en proclamant l'importance de certaines valeurs fondamentales pour la société démocratique constituent des défis dans ce domaine, qui suscite de beaux projets concrets, en partie encouragés avec succès par le programme EuroMed. Aujourd'hui, une nouvelle politique associe la Méditerranée à d'autres voisins : ses documents de base n'évoquent le dialogue interculturel que de temps à autre, pourtant ils parlent souvent des frontières comme d'espaces de rencontre (plutôt que de rupture), surtout culturels. Il est frappant de voir en quels termes positifs est décrit « l'effet de creuset » des régions frontalières. Ils préconisent de favoriser « les échanges de capital humain, d'idées, de savoirs et de cultures » ainsi que « les échanges libres d'idées entre personnes de cultures, de religions et de traditions différentes » : une autre forme de libre circulation, même si elle n'est pas toujours facile – au moins pour les citoyens de quelques-uns des Etats voisins.

En 2008, Année du dialogue interculturel, dix millions d'euros seront mis à la disposition de la culture, de l'éducation, de la jeunesse, du sport ainsi que de la citoyenneté de l'Union. La Commission se justifie comme suit : « le dialogue interculturel apparaît l'outil privilégié pour une gestion citoyenne de la réalité complexe de nos sociétés et pour les dyna-

Au fond, l'intégration européenne a été, dès le début, un projet de dialogue et, bien que les cultures des Etats membres aient un dénominateur commun, on ne peut ignorer les différences. Le dialogue a donc toujours été interculturel.

miser ». Mais peut-être attend-on trop de ce dialogue s'il doit « sensibiliser les citoyens européens, et tous ceux vivant dans l'Union européenne, à l'importance de développer une citoyenneté européenne active et ouverte sur le monde, respectueuse de la diversité culturelle et fondée sur des valeurs communes – protection de la dignité humaine, liberté, égalité, non discrimination, solidarité, démocratie, état de droit ainsi que respect des droits de l'homme, y compris des droits des minorités ». Mais il vaut la peine d'essayer. Au fond, l'intégration européenne a été, dès le début, un projet de dialogue et, bien que les cultures des Etats membres aient un dénominateur commun, on ne peut ignorer les différences. Le dialogue a donc toujours été interculturel.

La culture est associée à l'action extérieure de l'Union, à son rôle dans l'avenir du monde. Voilà qui sort la culture de la boîte à enjolivements, la place au centre de l'intérêt : ne pas se contenter d'espérer un monde de paix, mais le créer. La culture ne doit pas être comprise seulement comme un élément de division et de conflit, mais de rencontre.

Et même dans « Culture 2007 », le programme qui succède à « Culture 2000 », le dialogue interculturel occupe une place centrale. Le programme commence par constater : « l'action communautaire est aujourd'hui trop morcelée ». En conséquence sont définies trois priorités : « le soutien à la mobilité transnationale des personnes travaillant dans le secteur culturel, le soutien à la circulation transnationale des œuvres et produits artistiques et culturels et enfin le soutien au dialogue interculturel ». L'analyse de détail ne suivra que lorsque ces nobles objectifs pourront être comparés avec la pratique

concrète. Mais il est tout de même intéressant de noter que le dialogue interculturel devient l'un des principaux objectifs de la politique culturelle.

Une identité européenne ? Non, merci !

Il n'y a pas très longtemps, on était sûr de savoir en quoi consistait l'identité européenne et sûr qu'il fallait l'encourager. Le Rapport Tindeman de 1975 en parle dans le cadre d'une nouvelle tentative communautaire et, auparavant, elle avait inspiré une déclaration au chef de gouvernement qui, à vrai dire, n'évoquait rien de ce que l'on entend d'ordinaire par culture. Il y est fait allusions aux valeurs démocratiques, assimilées à l'identité d'une Europe qui n'est pas seulement réalité, mais aussi projet. On parle souvent d'« identité culturelle » depuis le début des années quatre-vingt et personne n'ose douter que la culture soit un élément de cohésion. Mais cela ne conduit-il pas à voir dans la culture d'abord ce qui sépare plutôt que ce qui unit, ce qui unit à l'intérieur mais divise à l'extérieur ? Car la pensée d'une identité européenne peut inclure comme exclure en fonction des critères adoptés, qui diffèrent suivant les tendances.

Ne serait-il pas plus judicieux de laisser la culture être culture et de souligner combien elle se nourrit – surtout en Europe – des mélanges, des influences et des courants, et même des modes qui traversent le « marché Europe » ? L'« Europe » deviendrait ainsi un contrepoids au nationalisme qui suppose un « nous », mais aussi à une globalisation anonyme dont le « ketchup » nivelle la richesse des goûts.

La culture de l'Europe est trop grande et trop intéressante pour qu'on l'instrumentalise et la force à servir à des procé-

dés d'admission ou d'exclusion. Les discussions théoriques sur l'identité nous ont appris que l'identité n'est pas un concept monolithique : on a forgé la notion de « multiple identities » pour montrer que l'identité a toujours plusieurs facettes ; il serait puéril d'élaborer artificiellement des conflits d'identité entre l'Europe et le national. L'élément européen allié à l'élément national (ou régional ou même local) peut tout aussi bien être présent comme un autre aspect de la conscience.

Il me semble important de ne pas s'em pêtrer dans les filets de l'identité, mais de rendre le projet européen plus proche par d'autres moyens : en se rapprochant des citoyens grâce à une bonne politique de communication, en assurant aux questions européennes, une plus grande place dans l'éducation et en évitant l'« effet Bruxelles », c'est-à-dire en évitant de transformer « Bruxelles » en bouc émissaire chaque fois que les gouvernements nationaux n'atteignent pas leurs objectifs.

Et maintenant ?

La culture est « in ». Après avoir été laissée pour compte par la politique et l'économie, voilà qu'elle s'est transformée en thème central de la politique internationale – et qu'on lui demande même de résorber les conflits. Un honneur à double tranchant. C'est précisément à l'Union de montrer quel rôle positif la culture peut jouer dans la coexistence internationale aussi bien que sociale. Que, ce faisant, la Communauté développerait une véritable politique culturelle, elle le sait. Autocritique, elle a constaté en présentant « Culture 2007 » que les citoyens « ignorent l'ampleur des efforts entrepris

pour la préservation et le rayonnement de leurs cultures et la prise en compte de la dimension culturelle dans la construction de l'Europe ». L'Union s'engage surtout sous la guise d'une distributrice de subventions, ce qui peut-être n'est pas si dramatique que ça. De toute façon, la « culture » est présente dans les domaines les plus divers. Et au moins, les élections étant imminentes, cela nous épargne un déluge d'inaugurations d'établissements culturels.

Enrique Banús est expert en politique et directeur de l'Institut européen de l'Université de Navarre à Pampelune. Il y occupe également la chaire Jean Monnet pour la « culture européenne ».

TERRE EN VUE Il y a longtemps que l'Union européenne a conscience de son déficit d'identité propre. En 1992 déjà, Jacques Delors, ancien président de la Commission, voulait animer « de vie et d'esprit » le Traité de Maastricht de l'Union.

Le président actuel, José Manuel Barroso, lui, est à la recherche d'un « changement de paradigme ». Il pense que si le processus d'unification ne réussit pas au niveau culturel, il demeurera une utopie au niveau politique. *Olaf Schwencke*



Il y a cinquante ans (1957), l'adoption du traité de Rome lançait l'histoire triomphale de l'Union européenne économique et (plus tard) monétaire (UEM). Lors de la création de l'UEM, il n'était pas prévu d'instaurer une Union de la culture et des valeurs. Comme on n'envisageait pas une telle union, tous les articles de ce traité concernaient la politique économique. La culture n'y était donc pas mentionnée ; et l'éducation uniquement à titre de formation professionnelle.

Une politique culturelle européenne sans contours ?

Le chemin a été très long, semé d'embûches et d'hésitations, qui a finalement mené au Traité de Maastricht (1992) de

l'Union européenne et à son article sur la culture. Et si, il y a cinquante ans, les six Etats qui décidèrent de se réunir dans une Union européenne économique n'éprouvèrent pas le besoin d'ouvrir une perspective culturelle, c'est qu'il existait déjà un Conseil de l'Europe culturellement actif.

Par ailleurs, pendant longtemps, les Etats de l'UEM ont insisté sur leur compétence exclusive en matière de politique culturelle nationale, régionale et communale ; ils étaient tout à fait disposés à s'entendre avec le Conseil de l'Europe, ce dernier revendiquait plutôt comme sienne l'autorité de discuter de questions générales – et en fin de compte peu astreignantes. Avec l'accord de tous les pays, il a promulgué une Convention culturelle européenne (1954) postulant la conservation du patrimoine culturel, notamment « la protection et la promotion du patrimoine commun », ainsi que l'assurance réciproque d'un accès collectif à ce dernier. Ce postulat se trouvait déjà dans l'acte fondateur du Conseil de l'Europe, ratifié par les dix Etats européens (occidentaux) en 1949. Outre la très importante Convention des droits de l'homme (1950), jusqu'à la fin des années soixante-dix, la culture a fini par constituer le deuxième pilier de la politique du Conseil européen. C'est ainsi que ce dernier est devenu l'ins-

tance la plus importante d'Europe en matière de politique culturelle, ayant bientôt comme pendant, nullement l'UEM, mais l'UNESCO comme sous-organisation de l'ONU. Il est intervenu publiquement dans plusieurs déclarations essentielles comme celle sur les « politiques culturelles d'Europe » (Helsinki 1972) et plus tard, la « Déclaration de la Conférence mondiale sur les politiques culturelles » (Mexico 1982).

A la veille de la première élection directe au Parlement européen (PE) de l'année 1979, il existait donc déjà de notables concepts de politique culturelle, prenant en compte les mutations sociales et visant à une « démocratie culturelle » en Europe.

La politique culturelle européenne et sa marche dans les institutions

Avec l'élection directe au Parlement européen, la Communauté européenne entra dans une nouvelle phase de son développement. Immédiatement après la constitution du PE (1979), une commission culturelle a été mise en place et chargée des questions d'éducation, de la jeunesse, du sport et de l'information. Elle a fini par constituer l'organe de politique culturelle le plus important à l'intérieur de la CE et a mobilisé tous les moyens possibles (encore limités) pour renforcer la dimension culturelle, en collaboration avec la Commission et ses présidences successives (de bonne volonté). Si son premier rapport sur la culture (rapport Fanti, 1983) se concentrait sur la politique économique et les principales données la concernant, il conservait assez d'autorité cependant pour énoncer des objectifs concrets à l'intention du Conseil de l'Eu-

rope – comme la marge de un pour cent du budget pour les dépenses culturelles. De plus, les chefs d'Etats et de gouvernement envisageaient dans une déclaration (Stuttgart, 1983) des « mesures de la Communauté européenne dans le secteur culturel ». La politique culturelle venait d'être lancée ; cependant, ce n'est qu'avec le Traité de Maastricht (1992) qu'elle prit un tournant décisif. Ce traité, entré en vigueur en 1993, donnait pour la première fois des bases juridiques à la politique culturelle de l'UE – et lui permettait de prendre une nouvelle dimension : quel rôle était dévolu à la culture par cet ancrage légal dans l'article 128 ? Quelles compétences étaient attribuées à la Communauté en matière de politique culturelle ? Et comment les a-t-elle utilisées pour élaborer une politique culturelle commune ?

Ajoutons que dans la phase qui a précédé Maastricht, mis à part quelques initiatives du Parlement européen dans les années quatre-vingt, aucune importance particulière n'avait été accordée à la culture dans la CE : même dans les « Acte(s) unique(s) européen(s) » (AUE, 1986), aucun passage ne concernait la poursuite du développement de la CE dans le domaine culturel. Pourtant, compte tenu des déficits de plus en plus évidents de la Communauté et de son impossibilité à faire montre d'une « identité » propre, il aurait été tout à fait judicieux de chercher à résoudre la question de l'implication des citoyens européens dans le processus d'europanisation. Enfin, plusieurs conférences au sommet ont tenté de combler les lacunes de la Communauté – et indirectement donc, de résoudre la question de la culture.

C'est ce qui s'est passé au sommet de La Haye (1969), de Paris (1972) et, de fa-

çon plus intensive, à celui de Copenhague (1973). Le rapport Tindemann surtout a fait date, en proposant de créer une Fondation européenne de la culture et de faire de la culture l'élément essentiel d'une politique d'avenir de la CE (1976). Par ailleurs, dès 1984 le Conseil des ministres de la culture de la CE a lancé, grâce à l'intervention de la ministre de la culture grecque, Melina Mercouri, le projet de la CE (et maintenant de l'UE) qui, malgré l'absence de fondements juridiques, devait connaître le plus grand succès : le programme des « capitales culturelles européennes ». Dans le monde entier, on associe glamour et prestige à ce programme et on le copie en Russie et dans les Etats-Unis. Dès 1990, des signes avant-coureurs d'un renouvellement qualitatif étaient perceptibles. Pour la première

Avec Glasgow, une capitale culturelle réussissait à se réinventer complètement au cours du processus d'élaboration et de réalisation de ses concepts, ne se contentait pas seulement de polir son image extérieure, mais améliorait la qualité de vie de ses habitants de telle façon que la nouvelle image y trouvait une légitimité durable. Cette expérience de développement urbain, d'inspiration culturelle, peut être considérée comme l'impulsion première d'un processus d'intégration européen délibérément culturel.

fois, avec Glasgow, une capitale culturelle réussissait à se réinventer complètement au cours du processus d'élaboration et de réalisation de ses concepts, ne se contentait pas seulement de polir son image extérieure, mais améliorait la qualité de vie de ses habitants de telle façon que la nouvelle image y trouvait une légitimité durable. Cette expérience de développement urbain, d'inspiration culturelle, peut être considérée comme l'impulsion première d'un processus d'intégration européen délibérément culturel.

A partir des candidatures allemandes et hongroises pour le titre de 2010 et dans le contexte de l'élaboration, de la réalisation et de l'évaluation de leurs concepts de capitales culturelles, des discussions internationales ont surgi qui ont fait apparaître la culture comme moteur et ressource des changements sociaux, dont il est impossible de présumer les effets positifs sur le renforcement de l'intégration (Déclaration de Budapest, 2005).

Lors des négociations préalables au Traité de Maastricht, les Etats membres ont décidé de ne pas se limiter à la collaboration économique, mais d'élargir leurs compétences aux domaines de la politique sociale, culturelle, de l'éducation et de la recherche. Au cours de ces négociations, la création d'une identité européenne de la diversité et la prise en compte de la dimension culturelle dans tous les domaines de la Communauté occupaient le premier plan. La Communauté devenait ainsi un groupement politique, dont les ambitions dépassaient les seuls enjeux économiques. La culture devait y jouer un rôle, non seulement comme un assemblage d'éléments nationaux et régionaux, mais comme une entité spirituelle constituée. Elle devait rapprocher les citoyens

de l'Europe et activer l'intégration. En d'autres termes, elle devrait contribuer à exhausser le processus d'intégration engagé avec la création de la CE à un autre niveau et à fortifier la solidarité entre les peuples des Etats membres tout en respectant leur histoire, leur culture et leurs traditions.

Les modifications qualitatives du concept politique de la Communauté ont débouché sur la création d'un cadre d'action dans le domaine culturel. L'UE s'est fixé la culture comme objectif. Le traité de la CE (Art. 3p, Amsterdam 3q) inscrit dans ses principes : « L'action de la Communauté comporte ... une contribution à une éducation et à une formation de qualité ainsi qu'à l'épanouissement des cultures des États membres. » La reconnaissance juridique de la culture justifiait que les Etats membres de l'Europe lui accordent pareille importance.

Culture – essai de définition

Que signifie aujourd'hui la culture dans le contexte des dispositions de Maastricht ? « La culture n'est pas une notion abstraite : la culture est l'ensemble des us et coutumes multiples et divers qui trouvent leur expression dans tous les domaines de la vie quotidienne. La culture reflète nos modes de vie particuliers, nos traditions et nos idéaux. Nos dialectes et nos chansons y ont leurs racines. C'est elle qui détermine la manière dont nous faisons une déclaration d'amour ou dont nous enterrons nos morts. La culture représente ainsi la spécificité la plus significative et la plus forte de la communauté humaine. La culture est en étroite relation avec les processus d'apprentissage directs et indirects et avec le développe-

ment humain en soi. Elément dynamique et en constante mutation, la culture fait le lien entre passé et présent. »

Telle est la définition de la culture de l'organe de consultation de la Commission européenne. Cette interprétation ne se réfère pas à une notion élitaire, mais bien aux cultures du quotidien. Ici, comme dans les documents fondamentaux du Conseil de l'Europe (en particulier Arc et Senans, 1972), la culture est comprise au sens large du terme. Certes, cette définition n'a pas été reprise « *expressis verbis* » dans le Traité de Maastricht, par souci de ne pas restreindre une certaine marge de manœuvre dès le départ, mais elle reste valable. La dynamique de la notion de culture joue un rôle dans toutes les sphères d'activité, ce qui favorise la re-définition des priorités culturelles et de politique culturelle.

La culture et l'article 128 du Traité de Maastricht

L'article 128 du Traité de Maastricht (Amsterdam, art. 151) définit les limites et les possibilités d'action de l'Union européenne, constitue le fondement juridique des affaires culturelles et a donc – selon les propos de Jacques Delors – insufflé

En matière de politique culturelle, l'Europe se doit d'exercer son influence au-delà de ses frontières : la politique culturelle étrangère est donc, comme le prévoit la Constitution pour l'Europe, une tâche légitime de l'Union.

« vie et esprit » à l'UE. Comme ces dispositions se sont retrouvées dans le texte d'« une Constitution pour l'Europe » sans être modifiées en substance, il est nécessaire d'en faire une analyse plus complète. C'est sur la base de cette dernière également qu'il sera possible d'en montrer les carences.

1. L'Union contribue à l'épanouissement des cultures des Etats membres dans le respect de leur diversité nationale et régionale, tout en mettant en évidence l'héritage culturel commun.

Ce paragraphe souligne la dialectique de la notion de culture. La diversité nationale et régionale et l'héritage culturel commun représentent les principaux critères de la politique culturelle de l'UE. Cette association contradictoire devrait d'une part garantir la diversité et, d'autre part, permettre de renforcer une culture comprise comme héritage culturel commun. Ne parler que de la diversité irait à l'encontre de l'idée politique de l'Union (« unie dans la diversité »). Mais par ailleurs, insister uniquement sur les valeurs communes menacerait la multiplicité des cultures européennes et finirait par les transformer en une « monoculture » européenne. Les valeurs communes et la diversité sont étroitement liées. Ce premier paragraphe, en établissant un lien dialectique entre la diversité et les valeurs communes, revendique une politique culturelle équilibrée, accordant aux affaires culturelles nationales la préséance sur les activités communes. On le voit à la forme plurielle de « cultu-

res » et à la formulation « contribue à », car les Etats membres – et non l'Union – sont responsables de leur propre politique culturelle.

2. L'action de l'Union vise à encourager la coopération entre Etats membres et, si nécessaire, à soutenir et à compléter leur action dans les domaines suivants : en font partie l'amélioration de la connaissance et de la diffusion de la culture et de l'histoire des peuples européens, la conservation et la sauvegarde du patrimoine culturel d'importance européenne, les échanges culturels non commerciaux, la création artistique et littéraire, y compris dans le secteur de l'audiovisuel. Ce deuxième paragraphe délimite le champ d'action de la politique culturelle ; l'accent est mis sur l'« amélioration de la connaissance et la diffusion de la culture et de l'histoire des peuples européens ». Son objectif est de contribuer au développement d'une conscience européenne chez les citoyens. L'Union s'engage ainsi à encourager la diffusion de la culture propre à chacun des Etats membres par des programmes d'échanges, de coopération et d'information. Certes, ce domaine d'activité s'applique principalement au patrimoine culturel matériel d'importance européenne, mais il devrait permettre de protéger également le patrimoine immatériel comme les dialectes, les langues et les traditions. En outre, les Etats membres individuels peuvent être soutenus par l'Union européenne lorsqu'il s'agit de sauvegarder l'« héritage culturel d'importance européenne »,

comme le stipulait déjà le Conseil de l'Europe dans sa convention culturelle. Les échanges culturels non commerciaux comprennent les activités culturelles internationales à but non lucratif. Si donc un projet poursuit des objectifs commerciaux, il ne peut être soutenu par l'Union. Un fait intéressant dans la mesure où les activités culturelles tournées vers le marché ne bénéficient pas de soutien. Enfin, dernier point des activités culturelles de l'Union, la création littéraire et artistique. L'Union s'engage par là à soutenir à la fois la création nationale et européenne dans le domaine des arts. Et tient compte, ce faisant, des arts nobles. Les domaines classiques – le livre et les arts visuels – occupent dans ce contexte une place prépondérante, mais le domaine de l'audiovisuel est également mentionné. Une autre façon de souligner que la culture est comprise au sens large du terme, puisqu'elle englobe le potentiel de développement du domaine des nouveaux médias.

3. L'Union et les Etats membres favorisent la coopération avec les pays tiers et les organisations internationales compétentes dans le domaine de la culture, en particulier avec le Conseil de l'Europe. L'Union est ainsi habilitée à mener une politique culturelle étrangère autonome. Dans le domaine de la politique culturelle, elle peut coopérer avec des pays tiers et des organisations internationales comme l'UNESCO et, notamment, le Conseil de l'Europe. Ce paragraphe montre

clairement que l'Union ne se limite pas à la politique culturelle intérieure. Elle acquiert la possibilité de se comporter comme un acteur international en matière de politique culturelle. Quant à la coopération avec les organisations internationales et les pays tiers, elle souligne un fait : en matière de politique culturelle, l'Europe se doit d'exercer son influence au-delà de ses frontières : la politique culturelle étrangère est donc, comme le prévoit la Constitution pour l'Europe, une tâche légitime de l'Union.

4. L'Union tient compte des aspects culturels dans son action au titre des autres dispositions de la Constitution, afin notamment de respecter et de promouvoir la diversité de ses cultures.

Cette formule transversale, une sorte de « clause de compatibilité culturelle », est importante car elle relativise la prédominance générale de l'éco-

La culture est considérée comme une valeur particulière, non reproductible et non remplaçable par de l'argent, c'est-à-dire qu'elle ne devrait pas être soumise aux lois du libre marché. On établit donc des règlements d'exception pour la culture, à l'instar de « l'exception culturelle » française ou de la « convention sur la diversité culturelle » de l'UNESCO (2005).

nomie au sein de l'UE : dans tous les domaines d'action de la société, la culture doit être expressément prise en considération. Juridiquement parlant, la clause de compatibilité culturelle légitime et sanctionne l'attention que l'Union a jusqu'ici portée aux aspects culturels de ses actions. Elle constitue une obligation de prendre en compte les aspects culturels dans toutes les sphères d'activité et de leur assurer une importance accrue. Avant le Traité de Maastricht, la culture n'était pas protégée comme un droit premier. Bien que la Cour de justice européenne ait toujours statué en faveur de la culture, il s'agissait d'une protection incomplète. Cette situation d'insécurité ne s'est modifiée qu'avec la ratification du Traité de Maastricht et l'inscription explicite subséquente de la valeur de la culture dans le droit de l'Union.

La clause de compatibilité culturelle souligne en même temps la portée de ce Traité dans le processus de formation de l'Union européenne, qui passe d'une communauté économique à une communauté politique et culturelle. De plus, l'Union se voit concéder une latitude de jugement étendue dans la définition de ce qu'est véritablement la culture. La culture est considérée comme une valeur particulière, non reproductible et non remplaçable par de l'argent, c'est-à-dire qu'elle ne devrait pas être soumise aux lois du libre marché. On établit donc des règlements d'exception pour la culture, à l'instar de « l'exception culturelle » française ou de la « convention sur la

diversité culturelle » de l'UNESCO. La libre circulation des marchandises peut être entravée lorsqu'il s'agit de biens culturels. Aucun bien culturel ne peut faire l'objet du seul trafic commercial et cette limitation ne doit pas être comprise comme une discrimination. L'article 92 (Amsterdam 87) stipule, en revanche, que l'encouragement de la culture est compatible avec le marché. C'est ce qui permet d'encourager la culture d'importance européenne ; et qui est, au niveau global, encore plus clairement réglementé dans la « Convention sur la diversité culturelle », à l'élaboration de laquelle l'UE, comme communauté, a pris une part importante.

5. Pour contribuer à la réalisation des objectifs visés au présent article : la loi-cadre européenne établit des actions d'encouragement, à l'exclusion de toute harmonisation des dispositions législatives et réglementaires des Etats membres. Elle est adoptée après consultation du Conseil des régions – conformément à la procédure de l'article 251 (Maastricht 189b)... Ce dernier paragraphe souligne la « souveraineté culturelle » des Etats membres. Dans le domaine de la culture, les résolutions doivent être prises à l'unanimité ; cela ne devrait changer qu'après la ratification de la constitution pour l'Europe.

La politique culturelle européenne au banc d'essai

En gros, il faut mettre quatre secteurs essentiels de la politique culturelle de l'UE

au banc d'essai : premièrement, il faut intensifier le dialogue avec tous les acteurs de la culture, deuxièmement, définir des priorités dans les mesures d'encouragement à la culture, troisièmement, vérifier que les activités culturelles de l'UE répondent aux objectifs fixés, quatrièmement, coopérer avec les pays tiers ainsi que développer une politique culturelle étrangère commune. Une politique culturelle européenne ainsi comprise ne peut et ne doit pas remplacer les politiques culturelles nationales, mais leur conférer une dimension supplémentaire, dans les Affaires étrangères notamment. A vrai dire, l'article 128 (Amsterdam 151) formule les différentes attributions de manière si générale que l'Union dispose pratiquement d'un champ d'action illimité dans le domaine culturel. En fait-elle usage ?

Etant donné les perspectives, ce qu'on appelle la clause de compatibilité culturelle est, pour l'élaboration d'une politique culturelle autonome de l'Europe, la clé de voûte de l'article sur la culture, un article nettement augmenté et précisé dans le Traité d'Amsterdam. Que l'Union ait le devoir de tenir compte de la spécificité de la culture dans tous les domaines politiques signifie – on ne le soulignera jamais assez – que l'économie est, de fait, remise à sa place et perd de sa prééminence. L'obligation de maintenir le « droit national » au prix imposé du livre l'a magistralement démontré. Simultanément cet article pose la première pierre d'une politique culturelle européenne spécifique et durable. A vrai dire, cette dernière n'est pas près de se matérialiser – si on considère la réalisation des deux programmes « Culture 2000 » et « Culture 2007 ». Depuis que la Direction culturelle de l'UE fixe ses priorités dans l'esprit de la

stratégie de Lisbonne, l'économie culturelle et ses prestations, qui recèlent un potentiel de croissance énorme ainsi que le prouve l'« Etude sur l'économie de la culture en Europe » récemment publiée (2006), retiennent de plus en plus l'attention générale.

Pourtant, il est décisif maintenant de franchir quatre étapes nécessaires : premièrement, il conviendrait de fixer de nouvelles priorités de politique culturelle en approfondissant le rôle clé dévolu à la culture et à l'art dans le projet Europe. Deuxièmement, il faudrait étendre les possibilités de dialogue – autant à l'intérieur de la grande Europe (et en collaboration avec le Conseil de l'Europe) qu'avec les pays tiers. Troisièmement, les échanges culturels non commerciaux devraient être renforcés et quatrièmement, il faudrait développer des modèles de politique culturelle étrangère commune.

En fin de compte, la coupable négligence dont fait preuve l'UE dans l'exercice de ses fonctions – à savoir : considérer l'encouragement de la culture comme une tâche communautaire – devient évidente lorsqu'on voit que pour le programme en cours « Culture 2007 », elle met à la disposition des vingt-sept pays membres des moyens à peu près équivalents à la subvention annuelle moyenne allouée à un opéra national par les autorités publiques.

Depuis que la direction culturelle de l'UE fixe ses priorités dans l'esprit de la stratégie de Lisbonne, l'économie culturelle et ses prestations retiennent de plus en plus l'attention générale.

L'avenir culturel de l'Europe

Certains signes avant-coureurs laissent supposer que la Commission de l'UE est consciente que le domaine de la culture présente des déficits, substantiels et matériels. A Bruxelles, on affirme désormais qu'il serait opportun d'effectuer un changement de paradigme dans la politique d'encouragement de la culture ; tel a été le message de la conférence « Culture : a sound investment for the EU » (décembre 2006), qui a convié les acteurs culturels de toute l'Europe à dialoguer avec la Commission. Le président de la Commission, José Manuel Barroso, s'est clairement exprimé : « La culture n'est pas un luxe pour la Communauté, mais une nécessité vitale » et « L'avenir de l'Europe dépend de la culture ». On est maintenant convaincu que, si le processus d'europhisation ne réussit pas au niveau culturel, il échouera également au niveau politique.

Après avoir dépouillé les sondages auprès des organisations culturelles européennes – teneur : quelle importance attacher à la culture et à l'art dans le processus d'europhisation ? Que peut et doit se permettre l'UE ? –, la Commission s'est également aperçue d'une chose : il est impératif de redéfinir les objectifs et les tâches, d'élaborer, le cas échéant, de nouveaux instruments et de meilleurs critères d'encouragement pour tirer avantage du potentiel culturel de l'Europe. Dans un « message sur la dimension culturelle de l'UE » (printemps 2007), la Commission se propose – à temps pour la présidence allemande du Conseil et le 4e Congrès national de la Société de politique culturelle allemande (Kulturpolitische Gesellschaft), qui se déroulera en juin 2007 à Berlin avec pour thème « kultur.macht.

europa. – Europa macht Kultur », – de présenter ses réflexions sur une « nouvelle » politique de la culture. Un changement de paradigme est nécessaire et possible.

Olaf Schwencke est professeur de sciences de la culture à l'Université de Vienne. il enseigne les sciences politiques à la Freie Universität de Berlin et les sciences européennes au Centre européen des universités berlinoises. De 1972 à 1984, il a été membre de la Diète fédérale et du Parlement européen ; entre 1992 et 1996, il a été président de la Hochschule der Künste (HdK) de Berlin. Ses ouvrages concernent surtout l'ensemble des sujets touchant la politique de la culture.





LE STRUCTUREL ALIMENTE LE CULTUREL

De nombreux rapports et études soulignent à quel point la culture est importante pour le développement régional. Elle crée des emplois, rend les régions plus attrayantes et accroît la dynamique économique. Quel rôle les fonds structurels de l'UE réserveront-ils à la culture à l'avenir ?
Christine Beckmann



Des moyens pour la culture

L'élargissement de l'UE en 2004 est l'une des raisons qui expliquent la nouvelle orientation de la politique de cohésion. L'entrée de pays pauvres a brusquement doublé les écarts de développement de sorte que l'UE doit relever des défis majeurs en ce qui concerne sa compétitivité mondiale et sa cohésion interne. La politique de cohésion devrait concourir à atteindre les objectifs de protection de l'environnement formulés à Göteborg et à implémenter la Stratégie de Lisbonne qui prévoit de faire de l'UE, d'ici à 2010, l'économie de la connaissance la plus dynamique et la plus compétitive au monde. Dans ce contexte un développement durable et la protection de l'environnement constituent des priorités. La politique structurelle soutient le développement régional en Europe et renforce la cohésion économique et sociale en réduisant les disparités entre les diverses régions et communautés sociales.

L'introduction de l'article 151 dans le Traité de Maastricht fait de l'encouragement à la culture un devoir communautaire et lui confère sa légitimation juridique ; depuis 1997, il existe des programmes de subventions fondés sur cette base juridique et destinés à la culture. Le principal programme de subvention de

La politique structurelle de l'Europe absorbe beaucoup d'argent : près d'un tiers du budget de l'UE est dévolu à la politique de cohésion européenne, pratiquement la moitié à la politique agricole. C'est dans ces domaines que se définit le développement structurel des Etats membres et de leurs régions. L'argent nécessaire provient du fonds structurel, dont le Fonds de cohésion et le Fonds européen agricole pour le développement rural font partie. Ces fonds sont en priorité destinés aux régions les plus pauvres d'Europe. Cela signifie que, cette année, l'Allemagne perdra une part des subventions du fonds structurel : alors qu'elle a obtenu environ 34 milliards d'euros par an entre 2000 et 2006, elle ne recevra en 2007 que 23,36 milliards.

L'UE dispose d'un budget relativement restreint pour les années 2007 à 2013 : 400 millions d'euros, plus les contributions des Etats associés aux projets de coopération culturelle entre les 31 pays. Comme le programme d'encouragement à la culture de l'UE est plafonné financièrement et qu'il se limite aux projets de coopération, les programmes de développement structurel en acquièrent une importance vitale pour le secteur culturel puisqu'ils permettent de distribuer des fonds d'investissement.

Le structurel finance le culturel

Les projets culturels peuvent être financés par les fonds structurels pour autant qu'ils concourent à réaliser les objectifs de la politique structurelle et régionale. Ces vingt dernières années, cinq à dix pour cent des projets soutenus par le fonds structurel étaient liés à la culture. Qu'est-ce que les programmes du fonds structurel ont soutenu en Allemagne jusqu'à présent ? Le Fonds européen de développement régional (FEDER) soutient en priorité le développement et l'ajustement structurel des régions les moins favorisées³ ainsi que la reconversion économique et sociale de territoires structurellement faibles⁴. Les programmes d'objectifs 1 et 2 financent essentiellement les investissements permettant d'aménager le patrimoine culturel et de conserver, de restaurer et de réaffecter les lieux protégés. Ces derniers exercent un effet positif sur l'habitat et sur le développement de l'économie artisanale tout en stimulant le tourisme culturel. Le soutien est accordé à des projets dont l'importance est supra-régionale et à des mesures incluses dans les programmes d'action des régions ou les initiatives des pays, par exemple, les routes culturelles, mais aussi les créations d'entreprises culturelles ou médiatiques. Comme le FEDER est le plus grand fonds structurel, il a une importance capitale pour le domaine culturel.

L'initiative communautaire INTER-

REG III contribuait à équilibrer le développement économique et social de l'UE en encourageant les régions à coopérer. INTERREG Volet A (« coopération transfrontalière ») visait principalement à créer des pôles économiques et sociaux transfrontaliers et des stratégies communes de développement territorial. Dans toute l'Europe il y a eu plus de 50 programmes INTERREG Volet A. Une de ses ambitions était de renforcer l'identification des citoyens avec la région frontalière. Dans ce sens, une coopération transfrontalière des institutions culturelles, publiques et privées, pouvait être d'une grande utilité : mise en place de réseau pour les échanges culturels, construction et agrandissement des musées ou des centres touristiques et culturels, concepts communs de marketing et médias transfrontaliers.

Le Volet B (« coopération transnationale ») visait à promouvoir la coopération entre les autorités nationales, régionales et locales sur le territoire de l'UE ainsi qu'avec les régions voisines. Plusieurs unités administratives se sont réunies en 13 régions et ont développé des programmes de coopération transnationaux. Les projets culturels se limitaient la plupart du temps au domaine du patrimoine culturel : en faisaient partie les restaurations ainsi que la mise en place de réseaux contribuant au développement de standards dans les questions de conservation ou à la diffusion de « pratiques d'excellence ». Mais aussi les études, séminaires, conférences, catalogues de bâtiments et d'espaces culturels, l'intégration du patrimoine culturel dans les systèmes d'information géographiques et les nouveaux concepts de gestion du patrimoine culturel.

Le Volet C (« coopération interrégio-

nale ») visait à établir des réseaux, c'est-à-dire à favoriser les échanges d'informations et d'expériences, entre les territoires de l'UE et les pays voisins sans frontières communes en matière de politique régionale et de ses instruments. Dans ce domaine, la culture joue un rôle secondaire. Bénéficiaient de ce soutien les échanges d'expériences entre les régions ainsi que les réseaux se rapportant au développement stratégique et aux méthodes de projet dans les domaines de l'urbanisme, de l'essor régional et de la gestion culturelle.

Douze villes allemandes ont pris part à la plus petite initiative communautaire URBAN II. Bien que ce programme ait été plus spécifique et n'ait pas eu autant d'ampleur qu'INTERREG III, ses paramètres culturels ont été remarquables : presque la moitié des projets avaient un lien avec la culture ; il s'agissait de créer des infrastructures, par exemple en réaffectant des bâtiments historiques ou en édifiant des institutions culturelles et de loisirs, en particulier pour la jeunesse et les migrants.

Le soutien du Fonds social

La mission du Fonds social européen (FSE) était, et continue d'être, d'améliorer les possibilités d'emploi. Les moyens du FSE alimentent, entre autres, des projets dans lesquels la culture renforce le marché du travail et les facteurs de localisation : par exemple, des mesures de qualification en faveur des artistes et des professionnels de la culture, contribuant à l'établissement de nouveaux domaines économiques indépendants. Mais aussi, de nouvelles filières dans les domaines de la conservation de l'art et de la culture,

une formation continue dans la gestion culturelle, le développement de filières d'études courtes et longues dans les matières culturelles. En outre, la création de petites entreprises et la qualification des chômeurs pour des activités culturelles ont été financièrement soutenues.

L'initiative communautaire EQUAL se donne pour mission de promouvoir des pratiques nouvelles de lutte contre les discriminations et les inégalités de toute nature sur le marché du travail, grâce à ce qu'on appelle les partenariats de développement. Le soutien à un projet dépendait de son utilité en matière de politique de l'emploi. Certes, cette possibilité n'a été que rarement mise à profit, mais étaient susceptibles d'être soutenues les formations continues en matière d'apprentissage interculturel, de gestion culturelle et d'intégration des migrants ainsi que le développement de nouveaux champs d'activité pour les artistes dans le secteur des services.

Le soutien du Fonds européen agricole

Les programmes de développement rural n'ont pas pour seul objectif de moderniser et de restructurer l'agriculture. Ils étaient également centrés sur de nouvelles possibilités d'emploi, une politique de l'environnement durable et l'amélioration des conditions de vie et de travail. Le Fonds européen d'orientation et de garantie agricole (FEOGA) visait à soutenir un développement équilibré des régions rurales du territoire communautaire, entre autre par des mesures comme le renouveau et le développement des villages, des projets de protection du patrimoine culturel ainsi que le développement du tourisme dans les régions rurales.

L'initiative communautaire LEADER+ (financée par le FEOGA) vise à diversifier les activités économiques des territoires ruraux à travers la mise en œuvre de stratégies innovantes, intégrées et participatives, de développement territorial. Elle mobilise des acteurs locaux et se fonde

sur l'échange et le transfert d'expériences entre territoires ruraux via la constitution de réseaux. Dans le domaine culturel, ce sont surtout de petits projets d'infrastructure touristique qui ont bénéficié de soutien, comme la conservation de bâtiments typiques de la région, la construction de routes culturelles, l'aménagement artistique de l'espace public, des symposiums et des études (sur les rapports de la culture et du tourisme, de la culture et du développement rural), des activités socioculturelles et des manifestations culturelles susceptibles de renforcer l'identité de la région impliquée dans le LEADER.

La réforme du fonds structurel en 2007

a entraîné une modification notoire : la réduction à trois axes de soutien. Le nouvel objectif 1 sera « convergence ». Comme auparavant, il devrait aider les régions les plus pauvres à se rapprocher de la moyenne communautaire. Le nouvel objectif 2 est « compétitivité régionale et emploi », c'est-à-dire soutenir les restructurations économiques et sociales permettant de faire face à la concurrence économique

Comparaison des financements des fonds structurels dans les années 2000–2006 et 2007–2013

2000–2006 (Somme totale : 213 milliards d'euros)			2007–2013 (Somme totale : 308 milliards + 69,75 milliards d'euros)			
Objectifs	Priorités	Instr. financiers	Objectifs	Priorités	Instr. financiers	Milliards d'euros
Fonds de cohésion (Etats membres au PSB < 90% moyenne UE)	Environnement, transports	Fonds de cohésion	Convergence (régions au PIB par habitant < 75% moyenne de l'UE et régions touchées par l'effet de statistique suite à l'élargissement)	Innovation, environnement, préventions des risques, accessibilité, Infrastructures, personnel, capacités	FEDER FES	251,1
Objectif 1 (régions au PIB par habitant < 75% moyenne UE)	Régions en retard de développement	FEDER, FES FEOGA, Garantie et orientation, IFOP		Transports, environnement, énergies renouvel.	Fonds de cohésion	
Objectif 2 (Territoires avec problèmes structurels)	reconversion économique et sociale	FEDER, FES	Compétitivité et emplois régionaux - niveau régional - niveau national ou régional	Innovation, environnement, préventions des risques, accessibilité, stratégie d'emploi européenne	FEDER, SEF	49,1
Objectif 3	Systèmes éduc., stimulation de l'emploi	SEF				
INTERREG III	Coopération des régions	FEDER	Coopération territoriale européenne Innovation, envi-	ronnement, prév. des risques	FEDER	7,7
URBAN	Développement urbain	FEDER		Accessibilité, culture, éducation		
EQUAL	Lutte contre la discrimination marché du travail	SEF				
Leader+	Développement durable dans les régions rurales	FEAGO, orientation	Développement de l'espace rural (LEADER compris) Elément de la politique agricole commune, PAC)	Restructuration secteur agricole, protection de l'environ. et du paysage, qualité de vie, diversification	FEADER	69,75

Source: Commission européenne – inforegio: La politique de cohésion au tournant 2007, 2004, p. 4/8 [modifié p. aut.]

mondiale. Le nouvel objectif 3 est « coopération territoriale européenne ». En font partie les expériences acquises par l'initiative communautaire INTERREG : il y a encore les trois axes de soutien pour la coopération transfrontalière (A) et transnationale (B) et la coopération entre les régions ainsi que la mise en place de réseaux entre les territoires sans frontière commune (C). Les expériences des autres initiatives communautaires seront intégrées aux nouveaux programmes, mais ne seront pas poursuivies sous la forme de programmes de soutien spéciaux.

Les piliers du développement structurel

Du point de vue de la politique économique, structurelle, sociale et de l'emploi, la culture est secondaire, que ce soit au niveau européen ou aux niveaux fédéral, des länders ou régional. Dans les ministères qui gèrent les fonds en Allemagne, les mesures et les projets culturels jouissent de peu de considération dans le cadre du développement structurel ; ceci, alors que de facto, les projets culturels perçoivent davantage d'argent des fonds structurels que du programme d'encouragement à la culture.

A l'inverse, la Commission européenne se prononce clairement en faveur de l'encouragement à la culture à travers les fonds structurels. La culture a été inclus comme facteur de développement dans l'ordonnance sur l'utilisation des fonds structurels 2000-2006 : « le développement culturel, la qualité de l'environnement naturel et bâti et la dimension qualitative et culturelle du cadre de vie et le développement du tourisme contribuent à rendre les régions écono-

miquement et socialement plus attractives dans la mesure où ils favorisent la création d'emplois durables. »⁵ Ainsi apparaît une notion de la culture exhaustive qui, malheureusement, ne s'est pas encore imposée dans le développement régional européen.

La culture comme industrie ?

En Grande-Bretagne, la reconnaissance de la culture commerciale et son encouragement public est de tradition plus ancienne que dans les autres pays européens, et c'est dans ce pays qu'est né le concept de « cultural industries ». En Allemagne, la notion d'« industrie culturelle » a quelque chose d'inconvenant depuis qu'à la fin des années soixante, Max Horkheimer et Theodor W. Adorno l'ont assimilée à une production de masse, nivellatrice et dénuée de sens. En Grande-Bretagne, en revanche, cette notion a été reprise sous un jour entièrement différent dans le discours scientifique et de politique culturelle.

Se fondant sur le discours international contemporain, Andreas J. Wiesand et Michael Söndermann proposent une nouvelle définition du secteur culturel (« secteur créatif ») dans une étude sur la force motrice du secteur créatif pour la diversité, la croissance et l'emploi en Europe : *The "Creative Sector" - Arts, Media and Heritage in a European Perspective*.

Cette définition comprend toutes les activités professionnelles dans les organisations et institutions publiques et privées, y compris dans des domaines voisins comme celui du design et du tourisme culturel.⁶ L'économie culturelle est incluse dans ce schéma car le commerce a une forte influence sur le développement général de la culture et des médias. A l'inverse, l'art libre est important pour l'économie culturelle et les activités publiques. C'est pourquoi non seulement les collectivités publiques sont mentionnées à plusieurs reprises dans ce

réseau, mais leur présence est parfaitement justifiée.

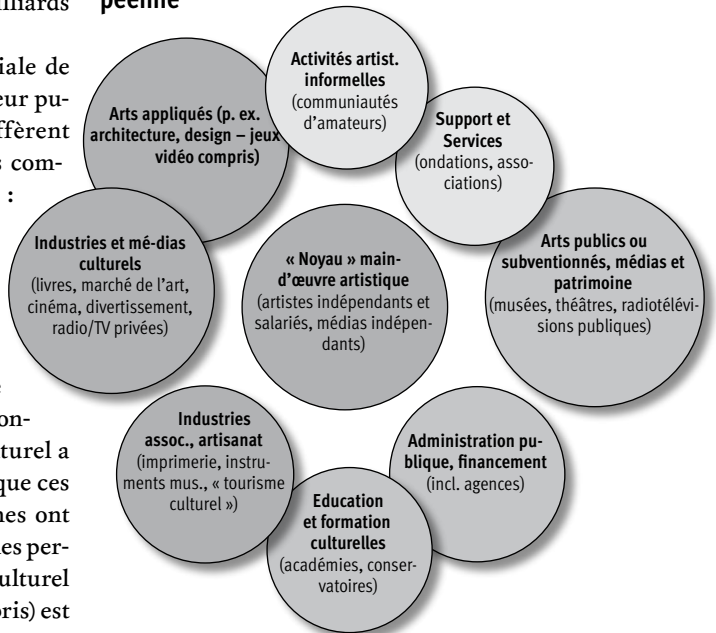
Un moteur social et économique

Grâce à de nouvelles données, il n'est guère malaisé d'attribuer à l'économie culturelle la place qui lui revient en tant que branche autonome de l'économie : les neuf branches centrales de l'économie culturelle⁷ ont réalisé un chiffre d'affaires de 73,7 milliards d'euros en Allemagne, en 2003 ; elles arrivent ainsi en tête dans l'ensemble de l'Europe. La contribution du secteur commercial de la culture à la valeur ajoutée brute se monte à 35 milliards d'euros en Allemagne (1,6 pour cent du produit intérieur brut). Cette somme est positionnée entre l'économie énergétique (30 milliards d'euros) et l'industrie chimique (44 milliards d'euros). Si on y ajoute le secteur public, on arrive à une valeur ajoutée brute de près de 41 milliards d'euros. A titre de comparaison : l'industrie automobile atteint 64 milliards d'euros.

Bien que l'industrie commerciale de la culture et des médias et le secteur public de la culture et des arts diffèrent sensiblement, ils ont deux points communs significatifs pour l'emploi : ces deux segments de la culture nécessitent une main-d'œuvre importante. En Allemagne justement, la culture subventionnée par les collectivités publiques crée de nombreux emplois. Entre 1996 et 2001, le nombre des personnes travaillant dans le secteur culturel a augmenté de 20 pour cent. Alors que ces dernières années d'autres branches ont supprimé des emplois, le nombre des personnes employées dans le secteur culturel (entreprises et indépendants compris) est resté stable. L'atout de l'encouragement public à la culture, aux niveaux des Etats et de l'Europe, ne se limite pas aux effets directs de l'économie de la culture. Les effets secondaires indirects, sociaux et économiques, d'une vie culturelle variée

sur les villes et les régions démontrent l'importance de la culture : les activités culturelles génèrent indirectement du chiffre d'affaires et des emplois dans des domaines comme l'hôtellerie, la restauration et les transports. L'offre culturelle d'une ville ou d'une région favorise les investissements, l'implantation des entreprises et d'une main-d'œuvre qualifiée. Un environnement culturel varié dans une ville ou une région amène les habitants à s'identifier à celle-ci. A la suite des mutations structurelles de l'agriculture et

Le « Secteur créatif » – Arts, médias et patrimoine en perspective européenne



- Activités surtout commerciales
- Activités surtout bénévoles et informelles
- Financement surtout public

Source: Développé à partir de modèles présentés au congrès de l'Unesco, « The International Creative Sector » (Austin, 2003), in : NRW-Culture Industries Reports (1992–2005) et 1st Austrian Creative Industries Report (2004).

de l'industrie, il est possible d'affecter les infrastructures existantes à de nouveaux usages culturels.

La politique et l'économie se sont intéressées à la culture il y a déjà 20 ans. Leur intérêt s'est transformé en un encouragement accru au cours des années quatre-vingt, à tous les niveaux ; dans le même temps, s'est également accrue l'appréhension de voir la culture (surtout les arts et leurs institutions) instrumentalisée à des fins économiques et de politique régionale. Ainsi le sociologue Dieter Kramer déclare-t-il : « [...] Il ne peut s'agir uniquement d'un art et d'une culture instrumentalisés à d'autres fins, [...] seul un processus artistique et culturel libre, autonome, suivant ses propres lois, contribue véritablement à la qualité de la vie et à la capacité des individus et de la société d'affronter leur avenir. » Pour la politique de cohésion de l'UE, il s'agit là d'une idée essentielle .

Le terreau de la créativité et de l'innovation

Le secteur culturel a pour particularité de mobiliser les aptitudes personnelles et la disponibilité de chaque individu et d'œuvrer comme un moteur de l'innovation. Les « irritations esthétiques » des artistes et des intellectuels se sont toujours révélées comme innovatrices dans l'histoire. L'innovation a besoin de créativité et « l'infrastructure de la créativité nécessite non seulement le patrimoine culturel, mais aussi un environnement culturel étendu et stimulant. »

L'encouragement public à la culture, aux niveaux local et régional, doit créer des conditions favorables à la vie culturelle : d'une part, des espaces de produc-

tion et de réception culturelles, d'autre part, des rencontres, des échanges et des coopérations afin que les acteurs de la culture puissent intervenir dans le discours social et proposer des formes de vie pour l'avenir. L'UE veut soutenir la politique culturelle des Etats membres dans le cadre de son encouragement à la culture pour créer un espace culturel européen. Les programmes culturels prévoient en particulier l'encouragement de rencontres, d'échanges et de coopérations internationales ainsi que la circulation des œuvres et des productions.

La politique structurelle réduit la culture à ses produits, notamment les œuvres artistiques et architectoniques. Les programmes concentrent leur attention sur l'héritage du passé. « Tout ce que la culture peut produire d'activités de financement, de retombées économiques, d'avantages pour un site économique, tout cela ne fonctionne que parce que le secteur culturel peut puiser dans un immense fonds, vieux de centaines ou de milliers d'années. [...] La politique culturelle actuelle ne doit pas se limiter à exploiter les trésors existants, elle doit aussi veiller à ce qu'un nouveau fonds se constitue. »

Les acteurs du secteur culturel et leurs performances se conditionnent et s'influencent réciproquement : l'art qui n'est pas encore commercialisable a besoin de subventions publiques, le secteur commercial de la culture exploite ce potentiel, les activités et les institutions culturelles encouragées par les deniers publics ont besoin d'un auditoire puissant et profitent d'une économie culturelle forte. La réception et la production ont besoin d'un « environnement stimulant », financé soit par le public soit par le commerce.

Politique nationale contre politique européenne ?

Dans les stratégies intégrées de développement municipal et régional, inspirées par la politique culturelle et éco-

nomique, on retrouve à divers niveaux l'argumentation en faveur de l'encouragement à la culture : il est légitime et judicieux de considérer, non seulement les effets mesurables de l'activité culturelle sur l'emploi et la valeur ajoutée, mais aussi ses « effets secondaires ». Il ne faut pas oublier que la participation à la vie culturelle – que ce soit du côté de la production ou du côté de la réception ou autrement – a surtout des effets non économiques, qui à leur tour sont importants pour le développement social : l'épanouissement personnel et le développement individuel sont les fondements de la créativité, des mutations et de la diversité sociales.

Au niveau européen, l'article 151,4 du Traité communautaire stipule que « la Communauté tient compte des aspects culturels dans son action au titre d'autres dispositions du traité ». D'une part, elle doit vérifier que toutes ses décisions politiques ne contredisent pas les objectifs culturels de l'article 151. D'autre part, cette « clause de compatibilité culturelle » exige que soient encouragés des projets culturels dans le cadre des programmes concernant d'autres domaines politiques. Les affaires culturelles relèvent de la compétence des Etats membres, en Allemagne, elles dépendent des Länder. Les opinions divergent considérablement sur la nécessité d'une politique culturelle au niveau européen. Le seul fait qu'il n'existe aucun consensus sur la définition plus ou moins étendue de la notion de « culture », ne facilite pas la discussion.

Il est remarquable que, ces dernières années, en finançant un grand nombre de

mesures, les fonds structurels ont sensiblement aidé le secteur culturel dans son ensemble, bien que cela n'ait pas été programmé. Il ne peut y avoir de stratégie de développement économique applicable à tous les pays et les régions ; surtout en ce qui concerne le domaine culturel. C'est pourquoi l'UE s'en tient au principe de subsidiarité pour l'encouragement à la culture et décentralise de plus en plus la politique européenne de développement structurel. Néanmoins, les programmes de fonds structurels sont tout à fait aptes à soutenir les objectifs communautaires de l'UE dans l'encouragement à la culture ; il ne manque que de définir ce que l'on entend par là.

Christine Beckmann a fait des études de culture et de français ; de 1995 à 2000, elle a été déléguée à la culture de la ville de Worswede ; elle a travaillé comme conseillère culturelle indépendante, entre autres pour le Forum européen pour les arts et le patrimoine (FEAP). Depuis 2004, elle est collaboratrice scientifique de la Kulturpolitische Gesellschaft e.V., responsable de Cultural Contact Point Germany. Elle a publié plusieurs ouvrages sur l'encouragement européen à la culture, ses atouts et ses limites, et l'organisation de réseaux régionaux et de travail culturel communal.

¹ Le fonds de cohésion cofinance les actions dans les domaines de l'environnement et des infrastructures de transport d'intérêt commun, dans les Etats membres dont le Produit national brut (PNB) par habitant est inférieur à 90 % de la moyenne communautaire.

² Voir Kulturpolitische Gesellschaft e.V. / Deutscher Kulturrat e.V. (éd.): 2002, p. 159sq.

³ Régions dont le PNB par habitant est inférieur à 75 pour cent de la moyenne de l'UE.

⁴ Régions dont le PNB par habitant est supérieur à cette moyenne.

⁵ Commission européenne : Règlement (CE) No 1260/1999 du Conseil du 21 juin 1999 portant dispositions générales sur les Fonds structurels, Journal officiel n° L 161 du 26/06/1999 p. 1.

⁶ Ebd. [traduit par l'auteure] Ne sont pas comprises dans ce chiffre les industries de logiciels et de jeux, les marchés de la publicité ainsi que la recherche et le développement.

⁷ Voir Michael Söndermann, Arbeitskreis Kulturstatistik : Kulturwirtschaft. Statistische Eckdaten, publié en novembre 2005, (<http://www.kulturmanagement.net/downloads/soendermann-kulturwirtschaft.pdf>) : entre autres métiers de l'édition, cinéma, radiotélévision, professionnels de l'art et artistes de toutes les disciplines, commerce de biens culturels, bureaux d'architecture, économie du stylisme.

PARTENARIAT ET NON REPRÉSENTATION Dans quelle mesure les organisations culturelles d'Europe re-flètent-elles les mutations de l'Europe ? Pour le British Council, cela signifie de nouvelles conditions-cadres : les priorités internationales et la stratégie britanniques dans le domaine de la diplomatie publique. De l'institut culturel au partenaire pour les relations culturelles – une nouvelle approche des relations culturelles au XXI^e siècle.

Michael Bird



L'Europe est en pleine mutation – et les organisations internationales de relations culturelles doivent changer avec elle. L'Union européenne s'agrandit, elle a maintenant 27 Etats membres, la mobilité de ses populations et les migrations ont pris une ampleur que l'on n'a pas connue depuis la chute de l'Empire romain, les conflits intercommunautaires d'après le 11 septembre, la concurrence de la Chine et de l'Inde, tout cela nous fait penser que nous avons pris nos désirs pour des réalités lorsque nous avons cru que l'Europe serait sûre et stable à la suite de la chute du mur de Berlin et de la fin de la Guerre froide. Loin de se terminer, l'histoire semble s'accélérer.

Les relations du Royaume-Uni avec les autres Etats membres de l'UE n'ont jamais

été aussi étroites. Nous appartenons à une union économique et politique de plus en plus soudée et il y a entre le Royaume-Uni et les autres pays européens des affinités plus grandes que jamais auparavant dans notre histoire, alimentées par les compagnies aériennes bon marché, le tourisme de masse, le marché commun et des méthodes européennes de plus en plus hardies en matière d'éducation, de sciences et de culture.

Peu de problèmes peuvent être résolus au niveau d'un seul pays aujourd'hui. Dans le pays même, les programmes nationaux et internationaux sont de plus en plus liés, et étant donné l'état multinational et la société multiculturelle du Royaume-Uni, le British Council se retrouve partenaire de multiples programmes dans son effort de représenter les nations et les communautés du Royaume-Uni, mais aussi le Royaume-Uni dans son ensemble.

Les changements de macrostructure amènent des changements dans les microstructures des attentes adressées aux organisations internationales de relations culturelles comme le British Council. En particulier, on leur demande de faire la preuve de leur compétence en matière de « rapport qualité/prix », de « résultats » et de « produits livrables ».

Cela a donné lieu à des controverses où certains prétendaient que la mission des

organisations de relations culturelles était maintenant terminée alors que d'autres, dont je fais partie, sont persuadés qu'elles sont plus nécessaires que jamais.

Ce qui compte dans le monde

Dans un livre blanc publié en mars 2006 et réactualisé en juin 2006, intitulé « Active Diplomacy for a Changing World »¹, le Foreign and Commonwealth Office, le ministère britannique chargé des affaires étrangères, de la construction européenne et des relations avec les pays membres du Commonwealth, a identifié les tendances susceptibles de marquer le monde ces prochaines années et définit le rôle dévolu au Royaume-Uni dans ce système international.

Les priorités internationales que ce livre blanc a définies s'appliquent au gouvernement britannique dans son ensemble et le British Council les a également adoptées comme lignes directrices de son action :

- préserver le monde du terrorisme global et des armes de destruction massive ;
- réduire le tort porté par la criminalité internationale au Royaume-Uni, en particulier le trafic de drogue, l'immigration clandestine et le blanchiment d'argent ;
- empêcher et résoudre les conflits grâce à un système international fort ;
- construire une UE efficace et internationalement compétitive dans un environnement sûr ;
- soutenir l'économie et le commerce britanniques par le biais d'une économie globale, ouverte et expansive, grâce aux sciences, à l'innovation et

à un approvisionnement énergétique sûr ;

- assurer la sécurité climatique en encourageant une transition plus rapide vers une économie globale durable, pauvre en carbone ;
- encourager le développement durable et la réduction de la pauvreté, étayés par les droits de l'homme, la démocratie, la bonne gouvernance et la protection de l'environnement ;
- gérer les migrations et lutter contre l'immigration clandestine.

Les priorités internationales du Royaume-Uni mettent l'accent sur les partenariats et la coopération en Europe : « Pour le Royaume-Uni, les changements internationaux mettent en évidence l'importance d'entretenir et d'étendre nos partenariats... Nos partenariats les plus importants nous lieront aux pays de l'Union européenne et aux Etats-Unis. L'UE constituera l'engagement multilatéral le plus important... Nous resterons un membre engagé et prédominant de l'UE parce que ce n'est que grâce à une UE forte et à des institutions efficaces que nous serons à même d'atteindre les nombreux objectifs intérieurs et internationaux que nous nous sommes fixés ».

Le Royaume-Uni fait partie de l'Europe. Ses voisins européens sont des partenaires indispensables pour relever les défis sociaux, politiques et économiques communs auxquels sont confrontés l'Europe et le monde. La nouvelle stratégie parle moins de diplomatie concurrentielle et beaucoup plus de diplomatie participative.

Il y aura encore de la place pour des activités bilatérales, mais de plus en plus les partenaires du Royaume-Uni dans les

pays européens développent des collaborations multilatérales.

La diplomatie publique

Nous avons assisté à des développements significatifs dans la manière dont le Royaume-Uni comprend et définit la diplomatie publique, entre autres, l'évaluation de la diplomatie publique du Royaume-Uni conduite par l'équipe de Lord Carter (« Rapport Carter » publié en décembre 2005²) et les décisions prises par le Conseil de la diplomatie publique du Royaume-Uni qui a réuni les principaux acteurs dans ce domaine, y compris le British Council.

Selon le rapport Carter, étant donné que la diplomatie publique est financée par le contribuable britannique (et que les ministres du gouvernement en rendent compte au Parlement), elle doit soutenir les buts et les objectifs du gouvernement britannique. Lord Carter définit la diplomatie publique comme la tâche « dont le but est d'informer les individus et les organisations outre-mer afin d'améliorer la compréhension et l'influence du Royaume-Uni d'une manière compatible avec les moyens du gouvernement et ses objectifs à long terme ». En même temps, le rapport Carter a reconnu l'indépendance opérationnelle du British Council et l'indépendance éditoriale du BBC World Service. Le Conseil de la diplomatie publique a ensuite convenu que le but de la diplomatie publique britannique devait être de concrétiser les priorités internationales du Royaume-Uni.

Le British Council jusqu'en 2010

Avec ces développements pour toile de fond, le British Council a mis en œu-

vre une stratégie ambitieuse pour 2010. Il s'agit de clarifier ce que nous faisons et les raisons pour lesquelles nous le faisons. Notre existence a pour but de créer des relations réciproquement bénéficiaires entre les peuples du Royaume-Uni et des autres pays et d'accroître l'estime portée aux idées et réalisations créatives du Royaume-Uni. Nous apportons notre contribution aux priorités internationales du Royaume-Uni en améliorant la perception que les autres pays ont de la Grande-Bretagne, ce qui constitue une condition préalable à une meilleure compréhension entre le Royaume-Uni et les autres pays et mène à un renforcement de leurs liens.

La stratégie 2010, la culture et les valeurs du British Council se fondent sur le concept de réciprocité³. Le XXI^e siècle exige que les relations entre la population du Royaume-Uni et les autres pays reposent sur l'égalité et la confiance. La confiance se renforce lorsque, tout en améliorant l'estime dont jouissent les idées et les réalisations britanniques, nous nous ouvrons à celles des autres pays. Le principe de réciprocité signifie engager le dialogue avec les autres pays et reconnaître qu'améliorer la communication implique davantage que la simple diffusion d'information.

Il s'agit d'offrir aux gens du monde entier et du Royaume-Uni la possibilité d'établir un dialogue et de se faire confiance. Le principe de réciprocité signifie impliquer la population du Royaume-Uni dans des questions internationales et lui permettre de faire connaissance d'autres pays et de les respecter, de rechercher de nouvelles voies de s'engager dans la communauté internationale.

Le principe de réciprocité signifie engager le dialogue avec les autres pays et reconnaître qu'améliorer la communication implique davantage que la simple diffusion d'information.

La réciprocité nous aide à atteindre des millions de personnes parce qu'il s'agit aussi bien des projets des autres que les nôtres, nos clients et nos partenaires. Ce sont notre engagement auprès de nos partenaires locaux et le partage des responsabilités de notre travail qui fondent l'importance que nous avons acquise dans plus de cent pays du monde entier ainsi que dans les nations et les communautés du Royaume-Uni.

La réciprocité nous permet de libérer le potentiel et la créativité de notre propre peuple parce que nous nous engageons pour la diversité, pour le respect des différences et pour le partage des responsabilités, ce qui s'applique également aux relations avec des partenaires externes et aux relations internes.

La stratégie britannique pour l'Europe

Entre mars et juin 2006, le British Council a effectué une revue stratégique⁴ de ses objectifs, de ses priorités et de ses débouchés en Europe: il a consulté plus de 250 personnalités éminentes et leur a demandé ce qu'elles considéraient comme les défis et les chances du British Council en Europe et ce qu'elles attendaient de lui. Cette enquête a conduit à la formulation d'une nouvelle stratégie européenne. Au centre du propos, la constatation que le Royaume-Uni et ses partenaires européens affrontent les mêmes problèmes dont les quatre principaux sont :

1. Migration, mobilité et emploi

En 2005, 34% des 191 millions de migrants du monde entier se trouvaient en Europe⁵ et ce pourcentage est croissant. « La migration ouvrira de nouvelles opportunités économiques

et contribuera au dynamisme social et culturel. Mais elle sera aussi une source de tensions entre les Etats et les communautés. »

2. Culture, identité et extrémisme

Les défis posés par la migration, les identités, l'islam et la montée de l'extrême droite : « Les tensions idéologiques susceptibles d'affecter les démocraties occidentales au début du XXI^e siècle proviendront des religions et de la culture... Lutter contre les messages des extrémistes et encourager le dialogue constitueront les tâches essentielles en Grande-Bretagne et à l'étranger. Il nous faudra resserrer notre collaboration avec les communautés du Royaume-Uni et d'Europe... »

3. Concurrence globale

Les besoins en nouvelles compétences, en éducation, en formation et en innovation pour que l'Europe/le Royaume-Uni réussissent dans un monde globalisé : « Devant l'augmentation de la concurrence globale, nous devons continuer à développer notre excellence scientifique et éducative... »

4. Stabilité climatique

Les modifications du climat menacent sérieusement la sûreté internationale. Ainsi la stabilité climatique doit être au centre de la politique extérieure. »⁶

Les contacts européens ont plaidé pour que le Royaume-Uni fasse davantage entendre sa voix en Europe et qu'il partage davantage sa pensée et son expérience avec ses partenaires européens. Notre nouvelle stratégie aborde ces questions communes et les priorités internationales du Royaume-Uni selon quatre axes

stratégiques. Tout ce que nous ferons en Europe obéira à ces axes.

- Une Europe ouverte
Nous soutiendrons un dialogue ouvert sur la citoyenneté, les questions intercommunautaires, la tolérance, la diversité et la cohésion communautaire en Europe.
- Une Europe compétitive
Nous encouragerons le développement de l'éducation et des compétences de base en Europe, pour répondre aux défis de la concurrence globale.
- Une Europe créative
Nous favoriserons la créativité dans les sciences et les arts, une condition capitale du succès futur de l'Europe.
- L'Europe et le monde
Nous nous préoccupons, avec nos partenaires européens, des défis auxquels le monde entier est confronté.

Fort de cette nouvelle stratégie, le British Council se donne pour mission en Europe de mettre en place des partenariats et des réseaux – et de contribuer à bâtir ensemble l'Europe de la prochaine génération. Conformément au souhait du gouvernement britannique de renforcer la coopération avec ses partenaires européens, le British Council étend considérablement son action pour mettre en place des réseaux européens dans lesquels le Royaume-Uni est le partenaire clé. Il implique dans son travail en Europe des réseaux plus larges de partenaires et de participants britanniques afin de consolider l'interaction entre la Grande-Bretagne et les autres pays européens et de favoriser les échanges d'idées et de pensées en Europe.

La stratégie d'action du British Council

en Europe s'en trouvera radicalement modifiée, particulièrement dans les Etats membres de l'UE. Le British Council n'agira plus comme un institut traditionnel de relations culturelles proposant une offre standard dans les arts, les sciences et l'éducation et finançant des événements et des activités bilatérales.

Il se transformera en partenaire de relations culturelles, donnant un accès à une expertise globale et de grandes initiatives régionales, rayonnant par-delà les frontières nationales. Nous souhaitons rapprocher les Européens de la prochaine génération et placer la Grande-Bretagne au centre d'un dialogue international. Nous développerons des projets concernant l'Europe entière, planifiés et réalisés grâce à des partenariats et des accords de financement stratégiques. Nous augmenterons nos services d'enseignement de l'anglais et d'examens pour favoriser l'acquisition de l'anglais comme compétence clé de tous les jeunes Européens.

La fascination de Berlin

Berlin est la plus grande ville d'Allemagne, elle exerce une attraction formidable sur la prochaine génération d'Européens : c'est là que se trouve un centre important du réseau européen des British Councils, nous permettant d'identifier les thématiques pertinentes pour le Royaume-Uni et le reste de l'Europe.

Pour construire l'Europe de la prochaine génération, l'Allemagne et le Royaume-Uni sont des partenaires naturels. Nous considérons que notre tâche est d'établir des réseaux avec les Allemands qui considèrent le Royaume-Uni comme leur partenaire et de tirer avantage de la position centrale de l'Allemagne en Europe, com-

me pays tourné à la fois vers l'est et vers l'ouest, et de celle de Berlin, une ville attirant de jeunes créatifs du monde entier. Notre offre en Allemagne sera centrée sur notre capacité de les mettre en contact avec leurs contemporains et leurs homologues dans pratiquement tous les pays d'Europe, qu'ils appartiennent aux secteurs gouvernementaux et non gouvernementaux, aux générations établies comme à celles qui montent. Nous visons à atteindre différentes personnes de diverses manières : d'une part, nous utiliserons les subventions du gouvernement britannique pour mettre en place des partenariats et des réseaux influents et engagés de jeunes leaders de la prochaine génération où seront discutées des questions communes à l'Europe et des thématiques partagées hors de l'Europe. D'autre part, grâce à nos services financés par la clientèle, nous toucherons des publics plus jeunes – proposant des offres d'apprentissage de l'anglais, des séjours d'études dans les universités britanniques et d'acquérir des qualifications britanniques. Cette offre se complètera de services médiatiques, de services en ligne, de programmes financés par l'UE, mais que nous gérons, qui visent à favoriser la formation et la mobilité. Pour le British Council en Allemagne et dans le reste de l'Europe, il s'agit d'une nouvelle orientation. Nous ne cherchons plus à influencer directement l'image du Royaume-Uni en Allemagne. Les compagnies aériennes bon

Nous quittons nos locaux de Berlin, qui avaient été conçus comme une « vitrine » du Royaume-Uni contemporain dans les années quatre-vingt-dix, parce que nous nous sommes rendus compte que les compagnies aériennes et Internet avaient rendu ce modèle obsolète.

marché le font mieux que nous, tous les jours, et la Coupe du monde a plus fait pour l'image de l'Allemagne au Royaume-Uni en un mois que des années de relations culturelles. Nous quittons nos locaux de Berlin, qui avaient été conçus comme une « vitrine » du Royaume-Uni contemporain dans les années quatre-vingt-dix, parce que nous nous sommes rendus compte que les compagnies aériennes et Internet avaient rendu ce modèle obsolète.

Nous n'avons plus besoin de cette forme de visibilité et nous n'avons plus besoin de présenter nos services dans une vitrine au regard des passants. Ce dont nous avons besoin aujourd'hui, c'est de lieux de rencontre exceptionnels, où puissent se dérouler nos échanges avec les Européens de la prochaine génération. Déjà nos projets ne sont plus seulement bilatéraux, mais s'adressent à des régions entières. Nous investissons nos fonds, non plus pour atteindre des publics généraux, par exemple tous les jeunes, mais pour cibler une certaine catégorie, mettre en réseau des jeunes leaders, par exemple.

Partenaire en Europe et pour l'Europe

Ce glissement d'une action bilatérale à une action multilatérale exige une collaboration plus étroite avec les instituts culturels et les organisations faitières européens. La collaboration du British Council avec le Goethe-Institut en constitue un excellent exemple. De même que le regroupement EUNIC (Union européenne des Instituts culturels nationaux), un partenariat de 19 instituts culturels européens, créé en 2005, avec pour but d'accroître les coopérations à l'intérieur et à l'extérieur de l'Europe. Le British Council a

joué un rôle central dans la création de ce partenariat. EUNIC entretient des liens étroits avec la Commission européenne (Direction générale de l'éducation et de la culture) et est actuellement engagé dans trois projets paneuropéens majeurs – Dialogue interculturel, Migration et nouvelle politique culturelle de l'UE pour les années 2007 à 2013. Au niveau du pays, il s'engage par l'intermédiaire de groupes d'instituts membres d'EUNIC. EUNIC est bien placé pour participer à l'élaboration d'une pensée européenne sur les dimensions culturelles de la politique étrangère de l'UE. Le British Council travaille également en collaboration avec d'autres organisations dans la gestion de programmes d'éducation et de mobilité comme Comenius, Erasmus et Youth Action. Bien que le «partenariat» soit un concept quelque peu prédictible, nous sommes persuadés que notre engagement envers les partenariats reflète un mélange véritable d'objectifs et d'ambitions et que travailler en partenariat représente la pierre de touche de la réciprocité parce que cela nous oblige à harmoniser thématiquement notre travail avec celui des autres.

Conclusion

Le British Council est en train de redéfinir le concept d'« institut culturel » en Allemagne et en Europe. Tout en conservant notre savoir-faire et notre autorité dans les dimensions internationales de l'éducation et des arts, nous facilitons les débats, nous devenons une organisation créatrice de réseaux et de partenariats paneuropéens. Notre objectif est de placer le Royaume-Uni au centre des relations européennes et de l'aider à mobiliser ses partenaires européens pour débattre de

thématiques communes à toute l'Europe. Indirectement, nous croyons que, mieux que notre démarche traditionnelle, cette nouvelle approche contribuera à améliorer l'image du Royaume-Uni et à le faire apparaître comme un partenaire sérieux en Europe. Nous avons peut-être achevé notre ancienne mission en Europe, mais une nouvelle mission nous attend qui nécessite de transformer le British Council en une nouvelle forme d'organisation de relations culturelles pour le XXI^e siècle. C'est en quelque sorte un départ radicalement nouveau; mais, en même temps, on peut l'interpréter comme un retour aux sources pour le British Council qui a été fondé en 1934 pour favoriser un dialogue ouvert face aux périls menaçant la tolérance et la stabilité en Europe.

Michael Bird est directeur du British Council en Allemagne. Il a fait ses études à Cambridge, Harvard et Voronezh. Travaillant depuis 1985 pour le British Council, il a été muté à Moscou, au moment de Glasnost et de la perestroïka. En 1991, il a déménagé à Bruxelles, pour expliquer aux universités britanniques les programmes de recherche et de mobilité de l'UE et les conseiller. En 1993, il a établi un nouveau centre du British Council à Saint-Petersbourg. En 1997, il a dirigé le British Council d'Ukraine et a grandement contribué à ce que le British Council et le Goethe-Institut ouvrent un centre commun à Kiev. De 2001 à 2005, il a été directeur du British Council dans sa patrie d'origine, l'Ecosse.

¹ Active Diplomacy for a Changing World, FCO Crown Copyright, 2006.

² Review of Public Diplomacy, FCO, 2005.

³ Réciprocité, confiance et relations culturelles, Counterpoint, 2004.

⁴ Options for Change, British Council, 2006.

⁵ Report of the Secretary-General, UN, 2006.

⁶ Voir¹.

⁷ Discours du secrétaire des affaires étrangères du Royaume-Uni, Berlin, 24 octobre 2006.

ROMPRE AVEC LE SCÉNARIO HUNTINGTON Depuis le début du processus de Barcelone, il y a une douzaine d'années, le partenariat euro-méditerranéen exige une politique et une économie rigoureuses. L'onde de choc produite par la crise des caricatures a attiré l'attention sur des sujets sensibles. Les relations culturelles entre l'UE et les pays situés sur le pourtour méridional de la Méditerranée ne sont-elles qu'une invocation rhétorique du dialogue ? *Traugott Schöftbaler*



La déclaration de Barcelone reprend la Charte d'Helsinki de 1975. La déclaration de novembre 1995, adoptée (à l'époque) par les quinze Etats membres et leurs douze partenaires méditerranéens (entre-temps Malte et Chypre ont changé de camp) est un document novateur, expressément inspiré de son prédécesseur : le chapitre premier stipule les principes du partenariat au niveau de la politique et de la sécurité ; le chapitre second fixe les objectifs du libre marché et du développement économique ; et le chapitre trois traite de questions « sensibles » au sens d'une notion élargie de la culture. L'éducation, le patrimoine culturel et la créativité, les sciences, les médias, la jeunesse, les femmes, les droits de l'homme – les échanges

et la compréhension sont centrales. En Europe, une génération plus très jeune se souvient encore de la dynamique créée par la soi-disant corbeille 3 d'Helsinki et qui a abouti, quatorze années plus tard, à la chute des murs et des systèmes de frontières. Je me souviens encore très bien des manifestations en République démocratique allemande scandant le mot d'ordre « Merci, Erich ». Aucun citoyen de la RDA ne craignait la prison pour avoir publiquement exposé une affiche citant la Charte d'Helsinki. La Charte d'Helsinki a non seulement abattu les murs, elle a encore conféré une certaine légitimité à notre soif de droits de l'homme et d'échanges culturels, une légitimité difficilement attaquable. Le plus grand obstacle sur la route du succès fut le manque de persévérance de nombreux Européens de l'Ouest, qui brocardaient la naïveté des comités de citoyens et ne voulaient tout simplement pas croire possible la fin de la Guerre froide. En 1985, nos voisins, en Pologne, en Tchécoslovaquie et en Hongrie, ont sauvé le processus d'Helsinki : s'ils n'avaient pas insisté, ce dernier aurait finalement été abandonné au bout de dix ans par l'Europe de l'Ouest.

Le partenariat euro-méditerranéen, fondé par la déclaration de Barcelone, associe aujourd'hui vingt-sept Etats membres et dix Etats du Sud, du Maroc à

l’Egypte, en passant par Israël, la Jordanie, la Syrie et la Turquie. Dans le monde entier, c’est la seule constellation politique au sein de laquelle la Palestine (sous l’appellation « Territoires autonomes palestiniens ») possède le statut de membre à part entière et n’est pas obligée de prendre place sur le banc des observateurs. La requête d’admission de la Mauritanie est approuvée depuis 2006, la Libye fait encore un peu la fine bouche, le Sud de l’Europe est absent. Certes la présidence de la Bosnie a pris la décision de principe de déposer une demande d’admission ; la « politique européenne de voisinage », nouvellement élaborée depuis 2007, pose cependant à l’Europe de l’UE un gros problème : le groupe des candidats à l’entrée (dont fait partie l’Europe méridionale) est traité séparément. Font l’objet de la politique de voisinage ces Etats qui n’ont vraisemblablement aucune chance d’être admis. Leurs relations bilatérales avec l’UE seront réglées dans des accords d’association. Nos partenaires turcs se sentent donc assez mal à l’aise lorsque, dans le partenariat euro-méditerranéen, on les classe de « l’autre côté ». Lorsque la Fondation euro-méditerranéenne Anna Lindh pour le dialogue entre les cultures, la plus récente institution du processus de Barcelone, fondée en 2005, a ouvert un site Internet de dialogue culturel pour les jeunes de dix-huit à vingt-cinq ans, la Turquie a fait pression pour l’obliger à modifier le texte d’ouverture du concours pour l’encouragement des partenariats entre le Nord et le Sud, qui faisaient une distinction entre l’UE et les partenaires. Le problème a été résolu par un classement alphabétique et en précisant que les projets de dialogue se devaient dépasser les limites de la Méditerranée.

D’autres problèmes sont moins faciles à résoudre. En premier lieu, le conflit du Moyen-Orient dont la conclusion pacifique semblait si proche en 1995. Aujourd’hui, la Fondation Anna Lindh est la seule institution programmant des relations culturelles entre Israël et tous les pays arabes, malgré le boycott de la Ligue arabe. Quand ils sont tous invités à la table de discussion, ils viennent tous, qu’il s’agisse de formation continue des enseignants, de festivals culturels, de coopération entre les Hautes écoles ou de réseaux régionaux. Telle est la portée d’Helsinki dans les circonstances actuelles. Les boycotts et les refus restent cependant la règle lorsqu’il s’agit de projets de plus petite envergure. En 2006 a démarré une série de vingt-huit projets encouragés, conçus selon la formule 2+2 (au moins deux partenaires européens et deux partenaires du Sud), à laquelle participent cinq partenaires israéliens. La participation arabe à ces cinq projets se limite néanmoins à la Palestine et à la Jordanie. Dans l’ensemble le « partenariat euro-méditerranéen » relève encore largement du domaine de la rhétorique.

Les raisons ne résident pas uniquement dans les conflits politiques ou dans une crise aggravée des relations culturelles avec le monde arabe, dont les protestations furieuses contre les caricatures de Mahomet début 2006 ne sont qu’un des symptômes. La question se pose de savoir si l’Europe de l’UE est vraiment prête à concevoir des partenariats d’égal à égal avec ses voisins du Sud, comme elle s’y était engagée en 1995 à Barcelone.

Le partenariat euro-méditerranéen fait des progrès

De fait, le partenariat euro-méditerranéen (PEM) est devenu un instrument de la politique étrangère de l’UE, dont la mise en œuvre dépend de la Commission européenne, sous l’égide des présidences tournantes. Presque toutes les décisions budgétaires sont prises à l’intérieur des structures de l’UE et obéissent aux règles

mentations administratives et financières de la Commission. Tout est considéré comme « projet » individuel, l'interdiction du « double financement » entrave les synergies entre ces projets et les programmes lancés par l'UE. Voilà qui fait peu de place à des stratégies cohérentes et presque aucune à une prise de décision commune Nord-Sud. Le langage de l'aide au développement divise les partenaires en donateurs et bénéficiaires.

Il est donc peu utile de mesurer les résultats actuels du PEM aux objectifs de la Déclaration de Barcelone. Il apparaît plus judicieux de parler d'une politique euro-méditerranéenne de l'UE et de prendre les objectifs de l'UE comme critères. L'un des résultats les plus importants est la création d'un instrumentaire politique. Ce dernier prévoit des rencontres régulières – à peu près toutes les six semaines – entre les ministères des affaires étrangères, au niveau des hauts cadres et des ambassadeurs (Comité EuroMed), impliquant la participation de routine de tous les partenaires, y compris Israël, la Palestine et la Syrie. Les ministères des affaires étrangères se réunissent une fois par an, en 2006 pour discuter de cinq sujets : l'environnement, l'information, l'égalité entre femmes et hommes, l'industrie et les transports. En 2007, se rencontreront pour la première fois les ministères de la culture (en Grèce) et les ministères de l'enseignement supérieur (en Égypte). Après que, dans la première décennie du PEM, la politique, la sécurité, le commerce et le développement économique ont dominé les discussions, les sujets « sensibles » de la corbeille 3 devraient également être abordés au niveau des rencontres ministérielles. On est encore sous le choc de la crise des caricatures, et on s'efforce de mettre les moyens de la collaboration culturelle au service de la lutte contre le terrorisme. Les ministères de l'enseignement supérieur discuteront de l'élargissement aux partenaires de la Méditerranée de l'espace européen d'enseignement supérieur et de recherche, la Commission européenne présentera un

nouveau programme de bourses destiné aux étudiants et à la jeune génération de chercheurs, le programme-cadre européen de soutien à la recherche s'ouvrira au Sud. Les ministères de la culture discuteront de mesures communes permettant la ratification et la mise en œuvre de la convention de l'UNESCO concernant la diversité culturelle et le programme d'action de « l'alliance des civilisations » des Nations Unies et, dans ce contexte, ils définiront les futurs objectifs de la Fondation Anna Lindh pour le dialogue entre les cultures.

On peut également compter au bilan des réussites le fait que l'UE a signé des accords d'association bilatéraux avec les partenaires de la Méditerranée. Ces derniers ont des répercussions, en particulier sur le commerce et l'économie. Ces dix dernières années, le volume des échanges commerciaux entre les pays méditerranéens et l'UE ont augmenté de plus de cinquante pour cent dans tous les domaines. L'UE est devenue, surtout par le biais de cet instrument de financement méditerranéen qu'est la Banque européenne d'investissement, le plus gros investisseur étranger dans tous les pays de la Méditerranée. Il y a de bonnes chances que soit atteint, d'ici 2010, l'objectif ambitieux de créer une zone de libre marché Europe-Méditerranée.

Prévenir les crises dans le monde arabe ?

Dans les débats sur la valeur du PEM, les critiques font souvent remarquer que le processus de Barcelone n'a absolument pas contribué à la résolution du conflit au Moyen-Orient. C'est sûrement exact, mais l'instrumentaire du PEM n'en a pas

la capacité. Le conflit israélo-arabe n'est pas le seul où l'UE n'est qu'un acteur dans un « quatuor ». Le PEM ne dispose même pas d'une autorité politique suffisante pour mettre fin à un conflit relativement mineur comme celui de Chypre.

L'esprit de la Déclaration de Barcelone souffle dans son chapitre trois sur l'éducation, les sciences, la culture et les médias, considérés jusqu'à présent comme les parents pauvres de la collaboration politique et économique. Les mots clés les plus souvent énoncés dans le chapitre trois sont « culture » et « société civile ». Il a d'abord fallu que tout le monde prenne conscience de ce que les relations culturelles entre l'Europe et ses voisins arabes, en particulier, s'étaient considérablement détériorées, qu'une profonde méfiance menaçait, sinon le commerce, du moins les relations politiques, pour que la culture devienne, pour la première fois, une priorité de la politique européenne en Méditerranée. Jusqu'en 2005, le programme EuroMed-Protection archéologique était pratiquement le seul projet culturel régional en dehors du programme de formation des animateurs de jeunesse, des programmes faiblement dotés pour la collaboration dans l'enseignement supérieur (Tempus/MEDA) et de programmes concernant le domaine des médias, interrompus au bout de quelques années. En 2005 s'y sont ajoutés un programme pour les journalistes et la Fondation Anna Lindh, suivis par la déclaration de principe sur la nécessité de s'engager dans le domaine de l'enseignement et par une série de promesses de soutien pour des bâtiments scolaires. Les trente-cinq ministres des affaires étrangères ont presque tous exigé, lors de la conférence annuelle du 28 novembre 2006 à Tampere, que l'on se préoccupe davantage des

relations culturelles et que l'on renouvelle les efforts de dialogue culturel.

L'Europe commence à comprendre que les forums traditionnels des échanges et du dialogue culturels avec le monde arabe ont largement échoué. Au printemps 2002 à Istanbul, le premier forum de l'UE sur le dialogue culturel avec l'Organisation de la conférence islamique (OCI) s'est clos sans résultat substantiel. L'annulation de la rencontre prévue deux années plus tard a provoqué un éclat lourd de conséquences. Les Etats islamiques d'Europe demandaient que soit rédigée une déclaration commune contre l'islamophobie et la discrimination de l'Islam : comme leurs revendications se sont heurtées à un refus, ils ont déposé une motion auprès de la Commission des droits de l'homme des Nations-Unies, suivie un an plus tard par une motion de même teneur devant l'Assemblée générale de l'ONU. A chaque fois, celles-ci ont débouché sur un scrutin. La motion a été acceptée par une majorité des deux tiers. Tous les Etats membres de l'UE faisaient partie du tiers battu. En 2005, l'Occident n'était pas encore prêt à apprécier à leur juste mesure les sentiments de discrimination des musulmans, il s'entêtait à mettre sur le même pied l'islamophobie, la christianophobie et l'antisémitisme. Cette attitude s'est entre-temps modifiée. Le Centre européen contre le racisme et la xénophobie de l'Union européenne, dont le siège se trouve à Vienne, a publié une étude très remarquée sur l'islamophobie en Europe. Mais les voisins arabes de l'Europe, en particulier, en ont conservé une certaine rancœur.

La commissaire de l'UE chargée des relations extérieures et de la politique européenne de voisinage, Benita Ferrero-Waldner, n'exige rien moins que la création de systèmes d'alerte rapide et de mécanismes de gestion des crises capables d'éviter que, sur le modèle des caricatures, des problèmes d'incompréhension culturelle échappent à tout contrôle. Ce genre de mécanismes devrait être mis en place d'ici à l'année 2008.

Durant les deux dernières décennies, des milliers de rencontres ont rapproché des « représentants » des religions ou des « cultures » et leur ont permis de dialoguer. En règle générale, elles se terminaient par des déclarations négligeables sur des valeurs communes, incapables de trouver un langage commun pour parler des différences culturelles ou religieuses, ces points faibles des rapports culturels entre le Nord et le Sud ainsi que des conflits entre les communautés culturelles et religieuses. Aujourd'hui seulement, on commence à comprendre que le dialogue culturel doit rompre avec le scénario Huntington s'il veut progresser. La culture ne peut être réduite au patrimoine culturel, conformément à la définition de la qualité de vie proposée par le rapport du PNUD sur le développement humain, elle doit être comprise comme l'espace de création de chaque citoyen avec ses diverses appartenances et préférences culturelles. C'est pourquoi il est important que la convention sur la diversité culturelle soit au cœur de la Conférence des ministres de la culture EuroMed de 2007.

La Fondation Anna Lindh comme intermédiaire culturel

La Fondation euro-méditerranéenne Anna Lindh pour le dialogue entre les cultures, dont le siège se trouve à Alexandrie, en Egypte, est la seule institution du PEM cofinancée par tous les partenaires et installée au sud de cette région. Elle a pour mission de développer des idées pour un dialogue substantiel entre les cultures, de créer des occasions de l'expérimenter et de dispenser aux jeunes surtout les compétences nécessaires. La Fondation a commencé son travail en août 2005 et relié trente-cinq réseaux nationaux qui, fin 2006, rassemblaient quelque 1200 institutions et organisations actives dans les domaines de l'enseignement, de la culture, des sciences, des médias, des femmes et de la jeunesse.

Le premier produit commun a été une

étude, pourvue d'exemples pratiques relevés dans toute la région, sur le rôle de l'enseignement, de la culture et des médias dans la modification des idées et des comportements dans les rapports femmes-hommes. La plupart de ses conclusions ont été reprises par la première conférence EuroMed des ministres femmes, en octobre 2006, dans un plan d'action pour les prochaines années. En collaboration avec le Conseil de l'Europe et l'Organisation islamique pour l'Education, les Sciences et la Culture de la Ligue arabe (ALECSO), la Fondation a lancé en mai 2006 un programme euro-méditerranéen de formation continue pour les enseignants, qui forme professeurs du Nord et du Sud à la communication de la diversité culturelle et à la tolérance interreligieuse. Les ouvrages scolaires sont en effet sans utilité dans ces domaines. La Biennale des Jeunes Créateurs d'Europe et de la Méditerranée (BJCEM), organisée pour la première fois hors d'Europe, à Alexandrie, accueillera, fin octobre 2007, un millier d'artistes de toute la région. Elle est intitulée Notre diversité créatrice, en hommage au rapport de la Commission mondiale de la culture et du développement, publié sous ce titre il y a dix ans et qui a préparé le terrain des accords internationaux actuels pour la protection, le maintien et le respect de la diversité culturelle.

La Déclaration de Barcelone conserve son importance, surtout si on considère que l'engagement politique des partenaires du PEM en faveur de la sauvegarde et du respect de la diversité culturelle et du pluralisme religieux dans l'ensemble de la région n'a été jusqu'ici suivi d'aucun effet. Bien comprises, les déclarations et les conventions récentes sur la diversité culturelle du Conseil de l'Europe, de la

Ligue arabe, de l'ALECSO, de l'OCI et de leurs organisations culturelles (ISESCO), et bien sûr, en premier lieu, de l'UNESCO, constituent une réserve de ressources à même de désenvenimer les relations culturelles entre l'Europe et ses voisins du Sud.

La Fondation euro-méditerranéenne Anna Lindh pour le dialogue entre les cultures représente le type même de ces créations contrôlées par le haut, c'est-à-dire inspirées par les gouvernements. Elle a cependant déjà développé des mécanismes d'action dans la société civile, en collaboration avec les trois autres réseaux EuroMed, celui des instituts de sciences politiques (EuroMeSCo), celui des instituts de sciences économiques (FEMISE) et la plate-forme euro-méditerranéenne des ONG ainsi que le réseau parallèle des organisations de jeunesse. La Fondation participe à la construction d'une plate-forme permanente interuniversitaire pour la région EuroMed, qui devrait soutenir l'extension au Sud de l'espace européen d'enseignement supérieur et de recherche et donner une impulsion à la collaboration directe dans l'enseignement supérieur, au-delà de la Méditerranée. L'assemblée constitutive aura probablement lieu en juin 2007 à Alexandrie. La Fondation, de concert avec le DAAD et le British Council, s'engage tout spécialement pour la démocratisation de l'accès aux informations sur la mobilité académique dans les établissements d'enseignement supérieur arabes. En 2007, à Alexandrie, démarrera un programme de formation pour le personnel des futurs bureaux académiques pour l'étranger.

La Fondation a contribué au rapport des Nations-Unies sur « l'alliance des civilisations ». L'élément le plus important en

est l'engagement contre l'instrumentalisation d'arguments culturels ou religieux à des fins politiques. En menant un dialogue authentique avec ses voisins du Sud, l'Europe a une chance de parvenir à une image plus réaliste de sa propre diversité culturelle. En ce qui concerne les relations culturelles avec l'espace méditerranéen, il est indispensable de faire plus largement connaître en Europe la complexité culturelle des partenaires. Si dans les situations de crise, l'Europe s'enferme dans l'invocation des « valeurs européennes », comme cela s'est passé pour la crise des caricatures, on verra se dresser de nouvelles barrières inutiles. Les valeurs de la Convention européenne des droits de l'homme de 1953 sont inscrites depuis 1966, celles des Nations-Unies, grâce aux conventions des droits de l'homme, ce qu'on appelle le pacte économique et social, qui garantissent les droits politiques, sociaux, économiques et culturels des citoyens.

La répétition incessante du couple de notions « Europe » et « Islam » relève d'une vision dichotomique excluant les éléments islamiques historiques et contemporains de la diversité culturelle européenne. On n'est pas loin de la démarche d'exploitation politique qui consisterait à tenir la Turquie à l'écart de l'Europe. Le partenariat euro-méditerranéen constitue la plate-forme idéale pour développer des relations culturelles d'égal à égal.

Traugott Schöfthaler est, depuis novembre 2004, directrice fondatrice de la Fondation Anna Lindh à Alexandrie.

EUPHORIE EN CROATIE Culture et identité sont étroitement liées. Comment alors se sentir européen dans une Europe de la diversité ? La première chose à faire est de se rendre compte que le programme européen ne doit pas seulement faire place aux questions politiques et économiques, mais aussi aux questions culturelles et aux valeurs éthiques. Que fait la Croatie pour convaincre son opinion publique de la nécessité d'entrer dans l'UE ? *Marija Pejčinović Burić*



son grand attrait. D'autant plus que les deux notions, la culture et l'identité, ont été souvent étudiées par les érudits, les philosophes et les intellectuels de toutes les disciplines : ils ont tous tenté de donner une définition de ces concepts dont l'importance n'a d'égale que leur nature insaisissable. Pourtant il n'existe toujours pas de définition universelle, ce qui n'empêche pas ces notions d'être fermement ancrées dans le quotidien de l'humanité. Comment alors, dans ce contexte, considérer la « voie européenne » ?

Inaugurant « Une âme pour l'Europe », la première conférence de 2004, une année qui occupe une place particulière dans l'histoire de l'Union européenne, le président de la Commission José Manuel Barroso a déclaré : « L'UE est arrivée à un stade de son histoire qui ne permet plus d'ignorer sa dimension culturelle. » Effectivement, avec l'élargissement à l'Europe centrale et orientale, il est clair que cette dimension acquiert plus d'envergure, de richesse, se dote d'une multiplicité d'expressions et de traditions culturelles.

Cependant, comme la notion de culture est le plus souvent inextricablement mêlée à celle d'identité, il est impossible de ne pas repenser la question de l'identité européenne, souvent débattue du fait de

A la recherche de l'âme de l'Europe

On sait que la culture est un facteur déterminant dans le développement du savoir, de la compréhension et des valeurs et qu'elle constitue, avec la démocratie et le respect des droits de l'homme, la condition préalable d'une vie enrichissante. C'est par elle que les citoyens des différents pays éprouvent un sentiment d'appartenance qu'ils peuvent partager avec les autres. Ainsi, elle fait partie intégrante du Traité sur l'Union européenne dont le préambule déclare : « ... désireux d'approfondir la solidarité entre leurs peuples dans le respect de leur histoire, de leur culture et de leurs traditions. » Ce souhait se double d'une « citoyenneté de l'Union », qui compléterait, sans la

remplacer, les citoyennetés nationales, et de la résolution de « renforcer l'identité européenne et son indépendance afin de promouvoir la paix, la sécurité et le progrès en Europe et dans le monde ». Le préambule et les dispositions communes suggèrent donc une étroite interdépendance entre les notions de culture et d'identité et le rôle de l'Union comme garante de la paix.

L'idée d'une citoyenneté européenne témoigne du partage de valeurs fondamentales qui, simultanément, forment les pierres angulaires de tout le processus d'intégration. Bien qu'injustement dédaigné, le rôle de l'Union européenne comme garante de la paix n'en est pas moins important. Certes, pour la plupart des Européens, les horreurs de la Seconde Guerre mondiale ne constituent qu'un élément lointain de la mémoire collective, pourtant on ne peut jamais assez insister sur la mission de l'Union européenne de garantir la paix. Pour la Croatie, qui a récemment fait l'expérience de la guerre et des destructions qui s'ensuivent, c'est un aspect particulièrement important. Et il est probable que pour les pays, malheureusement trop nombreux, aujourd'hui déchirés par les conflits, l'Europe est un oasis de stabilité et de paix.

En ce qui concerne l'identité, il est de fait que l'Union, en pratique et dans ses documents fondateurs, respecte les identités individuelles de ses Etats membres tout en favorisant le développement de l'identité européenne. Ainsi, l'article I-5 du Traité établissant une Constitution pour l'Europe stipule : « L'Union respecte l'égalité des Etats membres devant la Constitution ainsi que leur identité nationale inhérente à leurs structures fondamentales politiques et constitutionnel-

les... » De là, l'importance des symboles. Les symboles, visuels autant que littéraires, sont le ciment de l'ensemble, ils assurent la transmission de la mémoire.

La culture, une cerise sur le gâteau ?

Bien que nous disposions d'indicateurs certains, et même de chiffres réels, démontrant que l'élargissement de 2004 a été un succès à la fois politique et économique, nous sommes confrontés à une espèce de lassitude, sinon un refus pur et simple de voir se poursuivre l'intégration. Peut-être l'Union européenne a-t-elle trop insisté sur l'intégration économique, institutionnelle et administrative, peut-être n'a-t-elle pas assez mis l'accent sur l'affirmation de ses valeurs culturelles et éthiques. Peut-être l'Union devrait-elle se concentrer davantage sur les valeurs et le patrimoine communs aux Européens pour conforter la confiance de ses citoyens dans l'avenir de l'intégration européenne ?

De plus, l'économie profite aussi de la culture. Selon une récente étude commandée par la Commission, le secteur de la culture représentait rien moins que 2,6% du PIB de l'UE en 2003 et employait près de 6 millions de personnes en 2004, sans compter la contribution indirecte et non quantifiable des activités culturelles au développement général. La concordance de ces chiffres avec les objectifs du Programme de Lisbonne saute immédiatement aux yeux, en particulier pour ce qui est de la croissance et de l'emploi. Globalement, il semblerait qu'utiliser la capacité de la culture à réduire la « distance émotionnelle » séparant les Européens du processus de développement européen – c'est en fait l'idée qui sous-tend l'ini-

tiative « Une âme pour l'Europe » – ne peut qu'aboutir à une situation de profit réciproque.

Comment agit la Croatie dans ce domaine, pays candidat actuellement engagé dans un processus de négociation avancé ? Le partenariat de l'Union européenne et de la Croatie a continué de s'intensifier lorsque les négociations d'adhésion ont débuté en octobre 2005. Le statut de candidat en soi, mais aussi le stade avancé des négociations, conduisent à intensifier les activités de communication, qui ne sont pas loin de ressembler à celles que développe la Commission envers les citoyens des Etats membres de l'UE.

Comme le soutien de la population au processus d'intégration constitue un élément essentiel pour les candidats négociant leur adhésion à l'UE, il est indispensable d'établir un plan stratégique étayant toutes les activités. C'est pourquoi, le gouvernement croate, fin 2005, et le Parlement croate, début 2006, ont adopté une stratégie de communication visant à informer l'opinion publique croate sur l'Union européenne et sur les préparatifs à l'adhésion à l'UE. L'objectif de cette stratégie est de mettre à la disposition des citoyens des informations facilement accessibles et compréhensibles et d'assurer une communication à double sens avec la population par le biais des médias, de débats publics réguliers, de publications, de services téléphoniques et d'autres projets spéciaux telle la célébration d'une Journée de l'Europe. Une attention particulière a été accordée aux jeunes ainsi qu'à certains groupes de la société croate et aux organisations civiles. De même, on a favorisé une approche décentralisée de la communication en encourageant les activités régionales ou locales.

Un Roland pour l'Europe

L'un des projets les plus frappants est le Forum national sur l'adhésion à l'UE dont les sessions régulières garantissent

la continuité des débats publics en Croatie sur les divers aspects du processus d'intégration. Le Forum offre aux politiciens, aux médias, aux parties impliquées ainsi qu'aux populations des différentes régions de Croatie la possibilité de discuter sur des sujets tels que la protection des consommateurs, la mobilité des jeunes, les petites et moyennes entreprises ou la protection des droits d'auteur. Nous sommes cependant conscients qu'il ne faut pas seulement parler à nos citoyens des aspects économiques et politiques de l'adhésion de la Croatie à l'Europe, mais évoquer également les valeurs culturelles et éthiques d'une Union élargie.

De plus, nous nous sommes rendus compte que mettre l'accent sur les liens culturels était la meilleure façon de lutter contre les stéréotypes et d'aborder des questions sensibles comme la perte d'une partie de la souveraineté nationale. Ainsi la coopération culturelle est-elle, sous toutes ses formes, d'une importance capitale. Le meilleur exemple de la façon dont la Croatie participe au patrimoine commun européen et s'engage dans les échanges culturels contemporains est le projet intitulé Les sentiers européens de Roland, réalisé il y a peu par un organisme de la société civile : la Europe House Dubrovnik. Ce projet a abouti à la publication d'un ouvrage splendide et d'une présentation multimédia sur une tradition présente dans de nombreuses villes d'Europe, dont Dubrovnik : elle consiste à ériger sur les places publiques des statues du chevalier carolingien, protecteur de la loi et de la justice, Roland (Orlando).

Le livre a été publié en cinq langues (le croate, l'allemand, l'italien, le français et l'anglais). Pour revenir à l'import-

tance des symboles, on peut dire que les statues de Roland existant dans des villes aussi différentes que Brême, Dubrovnik et Riga, témoignent à la fois du passé commun à l'Europe et de valeurs contemporaines communes. Ajoutons, en guise d'allégorie, que le Roland croate de Dubrovnik, bien qu'il soit en ce moment le seul de ses contemporains à s'élever hors de l'Union, poursuit sa route avec détermination, tout à fait décidé à se joindre au groupe des autres chevaliers de l'Union européenne.

Des images pour l'avenir

Mentionnons encore un autre projet culturel, Europe 2020, un concours paneuropéen d'affiches représentant les visions de l'avenir que se font les artistes ; il est organisé par le Ministère des Affaires étrangères et de l'intégration européenne ainsi que par la Société croate des designers. Le premier concours Europe 2020 a eu lieu en 2002 et son succès nous a encouragés à en lancer un deuxième que nous avons appelé Europe 2020 – Aujourd'hui pour demain. A ces deux concours ont participé plus de deux cents œuvres de designers de plus de vingt pays européens, attestant d'une énorme diversité à la fois dans les visions de l'avenir européen et dans l'imaginaire visuel. Cette multiplicité d'idées et d'expressions tient aux différences des références culturelles aussi bien qu'aux éléments des traditions nationales qu'elle rassemble, produisant sa propre unité dans la diversité. Depuis 2002, les expositions montrant les contributions d'Europe 2020 se sont arrêtées dans pas moins de dix-sept villes européennes, de Copenhague à Sofia, de Bucarest à Bruxelles.

Les expositions Europe 2020 incite à la réflexion sur ce qui nous concerne tous – notre avenir commun en Europe. Elles renforcent également notre conviction que par le moyen de l'art, nous parviendrons à discuter de l'Europe et de son identité d'une façon qui transcende les langues et les frontières.

Ces deux projets font partie des contributions de la Croatie à la communication de l'âme de l'Europe, non seulement aux citoyens croates, mais aussi aux autres Européens. Ils relèvent de notre conviction qu'envisager le futur de l'Europe et concourir à le façonner n'est pas seulement une question de prospérité, même si c'est important ; cela implique également de conserver, d'encourager et de continuer à développer les valeurs communes issues de notre diversité. Il ne fait aucun doute que la culture fait partie de ces valeurs, de même que l'établissement et le maintien de la paix sont les conditions préalables à l'épanouissement de la culture. Il nous semble donc tout à fait opportun de conclure sur la pensée de Johan Huizinga, l'historien hollandais qui a dessiné un si juste tableau de la fin du Moyen Age, patrie de nos Rolands doublement symboliques – du point de vue de l'art comme de celui de l'ordre : « Nous ne le savons que trop : si nous voulons protéger la culture, nous devons continuer à la créer ».

Marija Pejčinović Burić est secrétaire d'Etat auprès du Ministère des Affaires étrangères et de l'intégration européenne, à Zagreb, Croatie. De 1991 à 1994, elle a été secrétaire générale de la Maison de l'Europe de Zagreb. De 2000 à 2004, elle a été ministre suppléante pour l'intégration européenne.

DU PAIN ET DES JEUX Les intellectuels hongrois ont d'abord souffert du communisme et de la Guerre froide. Aujourd'hui ils ressentent comme une menace le changement de valeurs et la perte de culture induits par la globalisation. Ils attendent de l'Europe qu'elle s'engage davantage pour la liberté artistique et contre la tyrannie du goût des masses. *Gyula Kurucz*



Le Traité de paix de Trianon qui a conduit, entre autres, à la destitution des Habsbourg, a privé la Hongrie, autrefois puissance moyenne, de deux tiers de sa surface historique et de plus d'un tiers de sa population. Tout ce que des millénaires d'histoire avaient organiquement édifié, était maintenant en friche, du réseau ferroviaire et routier aux unités administratives régionales, le système des comitats. Des millions de familles ont été déchirées, et les politiciens impuissants se sont retrouvés face à une amertume et un désespoir généralisés.

Les artistes du pays ont tenté une certaine reconstruction malgré l'adversité. Nombre d'entre eux se sont réfugiés dans cette Hongrie amoindrie car ils ne pouvaient pas imaginer de travailler hors des

structures culturelles et de la protection de leur « mère patrie ». Aux nécessités géopolitiques s'opposait donc une forte motivation intellectuelle. Les Hongrois nomades ont adopté, dès les X^e et XI^e siècles, le christianisme et la culture européenne, non sans effusion de sang. Avec beaucoup d'engagement, ils ont assimilé les phases culturelles des époques romane, gothique et baroque, de la Renaissance et de tous les mouvements qui ont suivi les Lumières.

L'ambition de l'élite intellectuelle hongroise a été, dès les années vingt, d'élaborer un remède efficace contre ces douleurs fantômes – et ils l'ont trouvé dans la création de leur propre apogée culturelle. Elle a donné lieu à des réalisations exceptionnelles en musique et en littérature, dans les arts plastiques et les sciences ainsi que dans l'éducation scolaire et universitaire. Ces Hongrois souhaitaient se libérer des difficultés politiques et militaires par des exploits culturels de niveau mondial. Ils voulaient renouveler la tradition européenne de leur incomparable accent hongrois. Il s'agissait d'un appel désespéré, ils voulaient être acceptés et pardonnés – absolument persuadés qu'un patriote hongrois était toujours à la fois un Européen convaincu et un citoyen du monde, que les réalisations exceptionnelles trouvaient leur source à la fois dans le patrimoine culturel européen

et la tradition hongroise et qu'il n'y avait pas antinomie entre particularismes et points communs. Le christianisme a été jusqu'au siècle des Lumières le cadre où se sont créées les œuvres intellectuelles sur notre continent. A la fois mesure et modèle, il a toujours laissé assez d'espace à l'originalité. Ceux qui ont éliminé de la Constitution européenne et de notre trésor culturel européen commun l'idée du christianisme, source de tradition, ont contribué à castrer notre culture.

La culture malgré le communisme et la Guerre froide

Le nazisme a submergé la Hongrie bien que le pays ait longtemps résisté (Thomas Mann était encore édité ici en 1942). Les personnalités les plus brillantes ont fui à l'Ouest ou aux Etats-Unis où elles ont joué un rôle de premier plan dans la genèse de la bombe atomique ou à Hollywood ou encore dans l'essor des orchestres américains. Les premières vagues de destruction du XX^e siècle ont été le national-socialisme, avec la Shoah, et le communisme, avec sa soif de pouvoir et son ardeur messianique. Mais seule la Guerre froide, en divisant le monde en deux blocs, a mis la culture en péril.

Avant la Seconde Guerre mondiale, les frontières étaient perméables, les mouvements culturels de Paris, Rome, Berlin ou Munich attiraient à eux les meilleurs artistes. Leurs réalisations ont enrichi la culture européenne et mondiale. Durant la Guerre froide, on était contraint de penser en contraires, les jugements de valeur dépendaient d'une politique exagérément valorisée. Toutes les réalisations intellectuelles étaient jugées en fonction de leur appartenance et de leur utilité

idéologiques. Les porte-voix du pouvoir politique étaient plus forts que les trésors de la culture et de l'art.

Pourtant, l'impitoyable dictature communiste, installée dans la moitié orientale de l'Europe, a eu du bon. Il a été démontré que la terreur était incapable d'éradiquer la tradition des valeurs, surtout dans les couches sociales cultivées et dans les milieux artistiques. L'adversaire – la dictature communiste – paraissait tellement étranger, non européen et inférieur qu'il « forçait » les personnes exigeantes à la résistance. Les poètes, les musiciens et les plasticiens ne voulaient et ne pouvaient pas assujettir leur création au « réalisme socialiste ». Ils ont, bien sûr, été les objets de discriminations et ont été repoussés dans la clandestinité. Les « produits » des suiveurs étaient si faibles et si faux qu'ils dégoûtaient même les profanes. Dans de nombreux pays, la répression, mais aussi l'évident talent de « l'art de qualité », a provoqué des révoltes. La sanglante révolution de 1956 en Hongrie a obligé les dirigeants à assouplir le régime. La révolution de 1968 à Prague a été suivie d'une réaction brutale, mais elle a de nouveau constitué un exemple. Ce ne sont pas les intellectuels qui ont suscité les premiers les mouvements de résistance polonais, mais l'Eglise catholique. Ces derniers ont affermi le mouvement underground tchèque autant que l'opposition culturelle hongroise qui y ont gagné en légitimité.

Voilà pour la conclusion réjouissante : personne ne peut étouffer les valeurs morales traditionnelles des gens. A la dictature et à la ridicule « offre culturelle » de l'idéologie rouge faisaient face les œuvres géniales des opposants et les réalisations exceptionnelles – et censurées – de la culture de l'Ouest. Dans cette « absence de liberté » on ne pouvait que « consommer » les nobles œuvres des écrivains, des musiciens et des artistes. On a donc « consommé » énormément d'art ; de plus les artistes qui s'opposaient au système se paraient d'une aura de bravoure. Devenus des héros populaires, ils ont contribué de façon détermi-

nante – en Hongrie et en Pologne surtout
– à la chute du communisme.

Politique culturelle étrangère

Démocratie et globalisation

Et puis le grand changement, qu'on avait souvent idéalisé, a eu lieu. Seulement, ce n'est pas la grande déferlante intellectuelle, dont on avait été privé pendant des décennies, qui est venue de l'Ouest, mais la lutte pour les biens matériels. Et non pas d'abord l'Europe, mais une Amérique de troisième classe. Bientôt la discussion des valeurs n'a plus été conduite par une presse curieuse et libre, mais subordonnée à divers intérêts. La création de richesses s'est concentrée en peu d'endroits, et l'Europe centrale et orientale s'est retrouvée tout aussi embarrassée et désorientée que l'Ouest dans ses jugements de valeur. La seconde menace est la globalisation. Les multinationales, à l'origine américaines, mais plus tard « internationales » et non identifiables, ont tout à fait intérêt à ce que les peuples du monde perdent leurs cultures.

Les personnes sûres de leurs propres goûts et de leurs propres jugements de valeur sont difficiles à manipuler, elles ont une idée précise de ce qui leur plaît et de ce qu'elles souhaitent acheter. Elles percent à jour les séductions de la culture de masse, elles ne se contentent pas des promesses de bonheur et des mouvements de mode superficiels. L'incitation à la consommation du marché globalisé contredit la conscience culturelle traditionnelle, affaiblit – forcément et dans son propre intérêt – la conviction personnelle ; de par sa nature elle ne peut transmettre de culture profonde. Le monde globalisé a besoin de masses avides d'argent, dont les goûts culturels soient inconsistants et qui soient prêtes à suivre sans défense toutes les campagnes qui les poussent à la consommation. Il ne tolère aucune opposition de la part d'individus cultivés, que ces derniers soient artistes ou seulement amateurs éclairés de culture.

Mais le capital de la globalisation sou-

tient aussi la culture de deux manières. Premièrement en sponsorisant les tendances artistiques commerciales les plus « modernes » qui flattent la « civilisation du gaspillage » et se mettent au service d'une consommation accélérée. Deuxièmement en soutenant la grande culture classique, dans l'idée que l'élite internationale continuera d'apprécier celle-ci longtemps encore.

La globalisation produit ainsi un nouveau modèle de société à deux vitesses, une nouvelle variation de l'Empire romain, dans laquelle le « pain et les jeux » maintiennent les masses dans l'inertie, mais dans laquelle il est simultanément possible de faire des bénéfiques démentiels. S'y ajoute cette idéologie où une marque de parfum peut faire miroiter l'individualisme (de masse) et l'épanouissement personnel. Tout devient volatil et relatif. Cette roue de l'absurdité tourne à une vitesse vertigineuse, chaque nouvelle tendance est consommée et vite oubliée. Simultanément, notre environnement meurt de cette exploitation insensée : comme la voiture est l'objet de consommation « par excellence » et qu'un ouvrier sur cinq travaille dans l'industrie automobile (et ses branches de service), aucun gouvernement ne peut se permettre de s'y opposer, du moins s'il ne veut pas risquer de déclencher une vague de chômage. Nous assistons ces dernières décennies à un phénomène effrayant : la culture est de nouveau réservée à l'élite.

Il est urgent de prendre conscience des valeurs

Il m'est arrivé de participer à un congrès de l'Union européenne sur la culture. J'ai été indigné d'entendre les

représentants de l'Ouest affirmer que la solidarité et l'économie de marché sociale constituaient le véritable patrimoine européen. Comment peut-on ne pas se souvenir que la spécificité européenne se compose des deux mondes antiques, du roman et du gothique, de la Renaissance, de la période baroque, des Lumières, des valeurs déterminantes de l'art des XIX^e et XX^e siècles ? Aucune autre culture au monde n'aurait l'idée d'abdiquer aussi rapidement. Une Europe privée de sa tradition culturelle commune et de la conscience de ses valeurs est inconcevable. Nous nous reposons sur la richesse de notre patrimoine culturel, mais pour des raisons obscures, nous nous désintéressons facilement de nos trésors. Ce que le citoyen européen voit, c'est une lutte impitoyable pour la puissance économique, l'argent et les biens. La déclaration de Jean Monet (qu'il l'ait faite ou non) a autant de validité aujourd'hui qu'à son époque : la création de l'Europe doit commencer par la culture. Le processus de Bologne dans l'enseignement est une capitulation devant le dictat de la globalisation. Passer à la généralisation d'un enseignement du type bachelor, c'est renoncer à approfondir nos connaissances dans un domaine particulier et à transmettre une « vision du monde » correspondante, c'est lâcher dans la nature une multitude de « spécialistes » (culturellement) inaccomplis.

L'Europe aurait besoin de se mettre d'accord sur ce qui est nécessaire pour conserver et entretenir l'identité culturelle commune : en premier lieu, l'élaboration d'une synthèse fondée sur les valeurs de ce qui fait la spécificité du patrimoine culturel européen. Cette dernière ne devrait pas aller trop loin dans le détail, mais présenter l'ensemble du patrimoine

culturel de manière compréhensible et attrayante. Elle devrait montrer comment se construisent l'identité et le sentiment d'appartenance et les renforcer. Il faudrait également, et de toute urgence, écrire un livre d'histoire européenne et un guide culturel et les déclarer obligatoire dans toutes les écoles européennes. Décontractés, intéressants et passionnants.

Il n'y aura pas d'avenir si les Etats européens ne prennent pas davantage conscience de leurs valeurs et ne se préoccupent pas de leurs valeurs culturelles et artistiques traditionnelles. La culture ne peut se renouveler sans la conscience de son propre passé. Face aux dérives du pragmatisme et à la prédominance de modes déconcertantes, il faudrait définir un minimum de valeurs et de connaissances afin que nous sachions distinguer les valeurs immuables des courants de mode volatils. Notre propos n'est pas de dévaloriser et de discriminer, mais, en permettant un retour constant aux sources européennes, d'ouvrir la porte à un renouvellement indépendant. La porte vers une liberté profonde, joyeuse et cultivée.

Gyula Kurucz a fait des études d'allemand et de littérature à Debrecen. A partir de 1968, il a travaillé à Budapest comme rédacteur, dramaturge, enseignant et en indépendant. De 1980 à 1989 il a été rédacteur en chef de la Hungarian Book Review. Il a fait partie des cofondateurs du parti de l'opposition UDF (1987) et, en 1990, il a été l'un des premiers diplomates non communistes à Berlin. Jusqu'en 1995, il a dirigé le Centre culturel hongrois (Haus Ungarn) de Berlin, de 1996 à 2000, il a présidé la plus grande organisation civile de Hongrie. De 2001 à 2006, il a dirigé l'Institut culturel hongrois de Stuttgart. Il a publié divers ouvrages sur la politique, l'histoire culturelle et contemporaine.

Il nous faut joindre
l'âme au corps. Il est ab-
surde de parler de culture
le dimanche seulement,
et d'économie, de politique
et de défense le reste de la
semaine.

Les idées sont essentiel-
les. Elles ont besoin d'être
portées. Et pour cela,
elles ont besoin de
l'Europe des citoyens.

Georg Boomgarden, Secrétaire d'Etat aux Affaires étrangères





LA CULTURE EN EUROPE –
L'EUROPE DANS LA CULTURE





LE CONTINENT MUET Les journaux n'ont encore trouvé aucun moyen de se rendre maîtres de la diversité linguistique de l'Europe. En lieu et place, les politiciens et les journalistes se font la guerre. *Peter Preston*



Je commencerai par une anecdote personnelle qui a marqué ma pensée sur l'Europe. Il y a trente ans, je recevais ma première invitation à parler dans un colloque de presse international : je venais de prendre mes fonctions de rédacteur dans un journal britannique.

La belle, mais délicate, devise de la conférence évoquait la liberté, la démocratie et la langue écrite, et attira des journalistes chevronnés de toute l'Europe à Rome, où nos hôtes italiens exposèrent d'abord des principes abstraits pour ensuite inviter au pupitre des politiciens italiens qui, de leur belle langue, contribuèrent au spectacle par leur prose fleurie.

Dès la pause thé du premier jour, je remarquai que, de toute évidence, il s'était

formée une sorte de structure de séance. Les Italiens, les Espagnols et quelques Français et Grecs étaient assis dans les premiers rangs. J'avais pris place à l'arrière de la salle, au milieu des Suédois, des Danois et des Hollandais. Nous grommelions et enragions à l'écoute de cette rhétorique vide et creuse. L'Europe venait tout naturellement de se diviser en prêcheurs et en pragmatistes. Notre journalisme ne disposait ni d'un style particulier ni d'une histoire commune. Nous journalistes, nous n'avions pratiquement aucun moyen de nous comprendre les uns les autres et encore moins de comprendre les lecteurs hors de nos frontières nationales.

La situation a-t-elle changé ? Légèrement, peut-être. Après s'être libérés de la dictature franquiste, les Espagnols ont fondé quelques remarquables journaux de grand renom.

Le trafic aérien a considérablement augmenté ; à Londres, il est possible d'acheter au petit matin les journaux fraîchement sortis de presse de Ljubljana. Quelques chaînes de télévision comme Euronews se sont taillé une place sur la scène internationale des informations. Des agences de presse allemandes, italiennes, espagnoles et françaises ont gagné en influence (alors que l'importance des agences américaines est en recul) et

Reuters reste aujourd'hui comme hier l'agence numéro un. Mais tout n'est pas d'or qui brille. Au cœur de l'Europe, il existe un vide informatif sombre et menaçant. Un entrelacs de pays et de langues s'est transformé en immense réseau – fascinant en vérité –, à la fois économique et politique, à l'intérieur d'une Union qui continue d'étonner le monde. En dehors des ternes réunions de Bruxelles, l'Union n'a censément aucun moyen d'inclure les personnes principales dans le processus d'unification ou d'informer correctement ses millions de citoyens. Alors même que son propre futur en dépend. Il ne s'agit pas d'une Union en plein développement, il ne s'agit pas d'états unis d'Europe qui rivalisent avec les Etats-Unis pour ce « united ». Il s'agit d'un agrégat de pays bienveillants les uns envers les autres, mais indifférents à une compréhension authentique.

De temps à autre seulement, on peut percevoir les prémices de ce qu'on pourrait appeler une « opinion publique européenne ». Or sans cette forme d'opinion publique, les instruments les plus importants de l'Union s'atrophient. Sans elle, l'Europe ne se resserre pas, elle

Il ne s'agit pas d'une Union en plein développement, il ne s'agit pas d'états unis d'Europe qui rivalisent avec les Etats-Unis pour atteindre ce « united ». Il s'agit d'un amas de pays bienveillants les uns envers les autres, mais indifférents à une compréhension authentique.

se fige dans le status quo. Sans elle, il n'y a pas de rapprochement, sans elle le projet d'une Union commune s'enlise. Qui pourra ranimer les débats sur la Constitution européenne ? Personne n'est aujourd'hui capable de faire entendre sa voix, car aucune voix ne peut surmonter de telles distances.

Pour découvrir les erreurs, il faut d'abord reconnaître les différences. Les journaux eux-mêmes ont de la peine à reconnaître ces différences, excepté pour les fonctionnaires de Bruxelles. Un journal est un journal et rien d'autre. Absolument pas. On ne peut les considérer hors de leur contexte. Le paysage journalistique de la plupart des grands Etats européens se distingue moins par la presse nationale que par la presse régionale. L'Allemagne peut se targuer de posséder quelques grands noms à Francfort, Hambourg, Berlin et Munich. Mais en fait, il s'agit d'organes d'abord au service des intérêts de leur propre région et soucieux de s'assurer leur part de marché dans leur région. La même image se dessine en Italie à Rome, Turin et Milan où sont publiés les grands journaux du pays. Dès que le TGV s'éloigne de quelques kilomètres de Paris et perd de sa vitesse, les grands journaux régionaux prennent l'avantage : Midi Libre, Sud-Ouest et tous les autres, Le Monde n'arrive pas à s'imposer au-delà de Lyon. Avec le temps, ces structures ont conduit à un manque de concurrence et donc, de confrontation directe. Même lorsque les quotidiens les plus influents d'Allemagne ou d'Italie défendent des opinions divergentes, ils continuent de se référer d'abord à leur région d'origine. En ce sens, ils ressemblent aux grands journaux citoyens de Los Angeles, Atlanta

et Chicago. Ils sont fidèles à la cause locale et reflètent la norme des intérêts correspondants.

Ce qui n'est pas sans conséquence. Par exemple, la conviction qu'il suffit de contacter les décideurs les plus puissants de la région et de reléguer les milliers d'autres lecteurs sans pouvoir et sans influence dans un rôle de second plan. Corollaire obligé : la diffusion est relativement limitée et la grande masse des gens n'a que rarement recours à la lecture des journaux. A l'échelle internationale, les lecteurs de journaux ne sont pas très courants, et on peut en dire autant de la conscience politique. Des facteurs démographiques, géographiques et sociaux ont exercé leur influence sur ces journaux et marqué leur image.

Lorsque l'on jette un coup d'œil dans les pays dotés de structures de travail différentes, la situation se présente autrement. Certains sont si petits que la presse « locale » a également une force d'impact nationale : à Copenhague ou Amsterdam, on se définit à travers une politique et des débats rédactionnels et non, comme on peut l'observer ailleurs, à travers un consensus.

Près de trente millions d'Européens lisent un journal tous les jours et – de leur croyance jusqu'à leur boulot, leur sexe ou leur ambition – se définissent à travers « leur » journal. L'industrie se structure d'une manière entièrement différente, de même que les journaux qui se publient : par rapport au design et aux intérêts particuliers susceptibles d'assurer leur survie. Ajoutons à cela les problèmes de langue et ceux d'une presse qui reste interdite à la plupart des Européens, au sens propre du mot, illisible. Les films et la télévision sont synchroni-

sés. Les revues transforment un Hola ! en Hello ! et les plus grands succès d'exportation jouent leur va-tout avec les stars du cinéma internationales, les matadors, les têtes couronnées et les play-boys. Les journaux en revanche n'ont pas encore découvert le remède approprié. Ils dépendent de la langue, de leurs destinataires et de leur collectivité. Lorsque, par exemple, les journaux allemands ont tenté de faire accepter leurs formats et leur personnel aux autres pays de l'UE, ils ont essayé des échecs cuisants.

Il suffit de voir le temps qu'a mis le journal espagnol « El Sol » à s'imposer à Madrid. Rupert Murdoch peut bien posséder les quatre journaux les plus influents de Grande-Bretagne, il n'en laisse pas moins les questions de conception graphique et de personnel à ses directeurs qui siègent sur place, dans les docks de Londres. Il peut vendre des films et des chaînes de télévision autour du globe. Il peut ingurgiter des géants de l'Internet comme MySpace. Mais en ce qui concerne les journaux, il ne touche pas à leurs particularités. D'autres différences encore ? Nous avons coché l'histoire, la géographie, le public, la langue, le personnel et le style et n'avons découvert que quelques points communs. Il faut encore ajouter une situation budgétaire décevante. Certains pays sont grands, et leurs éditeurs de journaux ont un taux de pénétration et des moyens conséquents. Ils peuvent se permettre d'entretenir des correspondants à Paris, Berlin, Madrid et Londres de même qu'à Washington et Moscou. Ils ouvrent les portes du monde. Mais qu'en est-il des éditeurs dans les pays plus petits, que ce soit dans les Etats baltes ou dans les Etats morcelés de l'ancienne Yougoslavie ?

La population qui les soutient est plus petite et moins cossue : entretenir un correspondant européen à Bruxelles relève de la quadrature du cercle. Les nouvelles des vingt-quatre autres pays de l'Union – ou du groupe des aspirants à l'Union – sont plutôt rares et se limitent à ce que des agences de presse abordables diffusent dans quelques langues. Cela explique que souvent, des questions fondamentales ne soient même pas discutées par-delà les frontières. Les Etats-Unis sont soudés par une télévision, un réseau câblé et des blogs nationaux, pratiquement vingt-quatre heures sur vingt-quatre. On cherche en vain en Europe de telles ressources.

Que sait Bratislava de Helsinki ou Athènes de Riga ? Ce ne sont pas seulement les politiciens qui ne se soucient pas de communication : la presse manque à ses plus élémentaires devoirs d'information fondamentaux et quotidiens. Il n'y a pas de reporters sur place. Nous avançons dans le noir à tâtons, condamnés à chausser les lunettes bruxelloises pour entr'apercevoir une fugitive parcelle de la réalité. Il n'y a pas de canaux de communication directs. Nous ne disposons pas des mêmes informations de base et ne pouvons participer à la discussion lorsqu'il s'agit de définir la dé-

Les Etats-Unis sont soudés par une télévision, un réseau câblé et des blogs nationaux, pratiquement vingt-quatre heures sur vingt-quatre. On cherche en vain en Europe de telles ressources.

mocratie. Il y a maintenant près de vingt ans, Helmut Schmidt a eu l'idée d'inviter les rédacteurs européens à Hambourg pour débattre de ce problème. Il voulait créer un magazine qui, traduit en plusieurs langues, traiterait des thématiques européennes dans tous les pays européens. Il voulait ainsi créer une plate-forme où l'Europe pourrait parler d'elle-même. Mais à qui confier la responsabilité d'un tel projet ? Et comment le financer ? L'auditoire approuva prudemment la vision de l'ancien chancelier allemand, on lança des programmes de recherche sur lesquels aucun rapport ne parut. Bref, aucune volonté de faire avancer le projet. Pourtant j'ai toujours été d'avis qu'il fallait entreprendre quelque chose et, dans un grand effort, nous avons fondé le « Guardian Europe », un ample supplément hebdomadaire composé d'articles d'opinion envoyés par les éditeurs associés de tout le continent, qui pouvaient à leur tour les reprendre et les réutiliser. Ce cahier était pratique, intéressant et bien accueilli par les lecteurs. Et son coût était exorbitant. Les agences de publicité s'orientaient sur les marchés nationaux et non sur le développement de concepts transfrontaliers (et elles ne le font toujours pas). Les coûts de traduction dépassaient le budget. La Grande-Bretagne glissait dans la récession et il n'était pas question d'investir dans des projets condamnés à l'avance. Fin du « Guardian Europe » ! Il a été ramené sous un autre nom dans les années quatre-vingt-dix, une revue de presse mondiale, mais même cette version n'a pas survécu aux coupes budgétaires suivantes.

Entre-temps, le nœud du dilemme s'est clairement cristallisé. Comment

une partie de l'Europe peut-elle s'ingérer dans les débats d'une autre partie ou même défendre ses intérêts ? Comment un rapprochement peut-il fonctionner si nous n'avons aucune idée de ce qui se passe de l'autre côté de nos frontières ? Il va de soi que j'exagère. Euronews Cable est toujours à l'antenne. Le Herald Tribune et le Financial Times sont lus tous les matins par une poignée de lecteurs choisis dans toutes les capitales. De nombreuses publications scientifiques reprennent les idées essentielles et les développent. Internet présente déjà un potentiel inépuisable de terrains nourriciers réciproques.

Mais jusqu'à présent, ces exemples restent largement insignifiants. Aucun de ces médias n'est parvenu à créer d'espace pour une opinion publique européenne, et en l'absence de cette dernière, il ne peut y avoir de démocratie européenne.

Nous nous méprenons si nous imaginons qu'il serait possible de fabriquer une opinion publique en appuyant sur un bouton. Une partie du problème se trouve dans les bureaux de presse de Bruxelles. La plupart des reporters y siégeant travaillent pour la presse régionale, pour les séismographes d'opinions opportunistes dont j'ai parlé plus haut. Quelle est leur mission ? Ils s'intéressent au niveau des prix des produits agricoles de la région, à la construction de nouveaux ponts et routes, au coût de la vie et aux accords tarifaires locaux. Tout cela est assez incompréhensible. Mais c'est ce que les lecteurs de leurs journaux veulent savoir. L'approvisionnement en informations de la part de la Commission finit par se transformer en affaire bilatérale, en relation étroite et bornée entre l'appar-

reil des fonctionnaires à Bruxelles et des journalistes entreprenants qui favorisent sans le remettre en question un fonctionnement sans anicroches de l'UE. Mais ce système ne diffuse aucune information. Il laisse entendre que l'Europe est une épicerie avec des accords spéciaux, des besoins spéciaux et des intérêts spéciaux.

Aucune de ces routines ne fonctionne dans les autres pays avec d'autres formats d'information. La Grande-Bretagne fait à la fois office de bon et de mauvais exemple. La formation d'un hybride d'Etat fédéral a failli passer inaperçue : l'Ecosse, le Pays de Galles et l'Irlande du nord ont leurs propres parlements et leurs propres représentants à Bruxelles. Et ils n'ont aucun problème avec les injections de capitaux européens. Lorsque l'Europe finance la construction d'un pont en Ecosse, un panneau placé sur le bord de la route signale le bailleur de fonds. En Angleterre, cela n'arrive pas souvent. Ici, l'Europe, c'est une sorte de secret honteux. Ici, les chroniqueurs se délectent à pointer les faiblesses de l'Union et son immobilisme. Ici, la presse militante ne s'intéresse pas aux petits

Si on considère les référendums des Pays-Bas et de la France et qu'on s'imagine ce qui se serait passé si les scrutins avaient eu des conséquences réelles, on voit se dessiner un phénomène qui dépasse l'échec passager : immobilisme persistant et confusion.

progrès de Bruxelles, elle se concentre sur les scénarios qui risqueraient de menacer la souveraineté nationale. Aucune bienveillance en vue, les sympathies se polarisent autrement et reflètent tout en les conditionnant les débats nationaux. Si on en demande les raisons à un éditeur britannique, il répondra probablement en évoquant la compétitivité et la nécessité pour son journal de se distinguer et de se démarquer de ses concurrents. Une fois de plus, c'est la faute des structures et de l'horreur du consensus. Peut-on espérer des jours meilleurs ? Le discernement est un premier pas vers l'amélioration. Et quelques exemples dans l'information actuelle, quelle que soit sa morosité, laissent pressentir l'amorce d'un changement.

Considérons les flux d'immigration des pays de l'est et d'ailleurs vers l'Europe occidentale. Considérons en particulier la question de l'entrée de la Turquie dans l'UE. On peut alors percevoir un discours transfrontalier – dans toute l'Europe – sur la culture, la religion, les peurs, les espoirs et la réconciliation. L'opinion publique compte. Considérons l'Irak, l'Iran, le Liban et l'Afghanistan où de nombreuses troupes européennes s'engagent en divers endroits. Là encore, l'opinion publique européenne compte. En d'autres termes et en faisant preuve de malveillance, on pourrait dire de George W. Bush qu'il contribue à l'émergence d'une nouvelle cohésion européenne. Et puis, il y a évidemment la question absolument centrale de la Constitution.

Si on considère les référendums des Pays-Bas et de la France et qu'on s' imagine ce qui se serait passé si les scutins avaient eu des conséquences réelles, on voit se dessiner un phénomène qui dé-

passé l'échec passager : immobilisme persistant et confusion.

Bien sûr, l'Europe poursuivra sa course d'endurance pendant encore un certain moment, elle souhaite la bienvenue à Sofia et à Bucarest et inscrit Zagreb et Ankara sur la liste d'attente. Mais à continuer ainsi, elle perd de sa puissance. Elle s'alourdit, sert de bouc émissaire à toutes les adversités et défraie rarement la chronique de manière positive. Elle a perdu simultanément son élan et son inévitabilité. C'était déjà ce que les pères fondateurs de l'Union supportaient mal. Il n'y a pas d'alternative au rapprochement progressif. Cette découverte vient (trop) tard : nous prenons aujourd'hui conscience du problème de l'absence d'opinion publique. Le reproche – un peu facile – formulé à l'encontre de l'UE a été que cette dernière avait perdu contact avec ses citoyens – et il n'est pas sans fondement. Le pesant appareil bureaucratique de Bruxelles semble avoir, il est vrai, quelques difficultés à maintenir le contact avec ses citoyens.

Que faire ? Le risque est toujours de vouloir donner à des questions complexes des réponses simples. Mais certaines mesures pourraient être utiles. D'abord il faudrait que la Commission (et le Parlement de Strasbourg) s'ouvrent au journalisme, en particulier le journalisme de télévision. En ce moment, ils rebutent plutôt les spectateurs, privant ainsi de leurs moyens les journaux désireux d'informer. Il faudrait des services de traduction qui ne perdraient pas des heures et des jours à traduire du finnois en slovaque, mais proposeraient tous les jours aux citoyens la traduction des articles d'opinions les plus importants et les plus polémiques de la presse européenne. Si ceux-ci étaient

publiés tous les matins sur Internet et que l'on ouvrirait des blogs, on aurait surmonté un premier obstacle.

Il serait indispensable de s'attaquer à l'ennemi le plus maléfique : l'apathie. Les journaux britanniques dominants envoient autant de correspondants aux Etats-Unis que dans toute l'UE. On peut se demander quelle en est l'utilité. Quel serait le résultat d'une enquête auprès des lecteurs ? Cette dernière question est plus sérieuse. Pourquoi informer sur une société étrangère alors qu'on ne prête guère attention à sa propre société ? Pourquoi les magazines politiques de pays comme la Grande-Bretagne négligent-ils avec autant de complaisance la dimension européenne ? Pourquoi mettre l'Union sur une voie de garage ? Pourquoi attendre que la pratique confirme ce que la recherche annonce depuis longtemps : l'alignement de l'Europe sur le cinéma américain, sur la télévision américaine, sur les thèses américaines, un alignement comme il n'existe nulle part ailleurs sur les autres continents excepté l'Australie et l'Asie du sud-est. Le plus grand danger, c'est de finir par s'accuser mutuellement. Bruxelles attribue aux journalistes la faute des faux-pas et des omissions. Les journalistes lui renvoient la balle. Quant aux politiciens, ils dénoncent la première personne ou chose qu'ils ont sous la main.

Il serait possible de changer si l'on acceptait seulement de reconnaître ce qui fait obstacle. Ce serait possible si les politiciens européens s'intéressaient sincèrement à la formation d'une opinion publique européenne. Et ce serait possible si les journalistes de la presse écrite ou télévisée s'y sentaient obligés parce que leur public le leur demande.

Nous nous trouvons donc dans un cercle vicieux de responsabilités qui tourne lentement et finira peut-être par s'immobiliser. Mais si nous reconnaissons ce qu'un tel dilemme a pour toile de fond, nous trouverons peut-être les moyens de briser le cercle. Nous n'avancerons que si nous y parvenons.

Peter Preston a été éditeur du journal londonien *The Guardian* de 1975 à 1995 avant de devenir rédacteur en chef du *Guardian* et de *l'Observer*. Il est en ce moment chroniqueur pour les deux publications et dirige la Fondation du *Guardian*, qui forme des journalistes d'Europe de l'est, d'Afrique et du Moyen-Orient.

L'EUROPE SUR LE PETIT ÉCRAN L'auteure de cet article considère qu'il n'existe pas d'identité européenne et qu'on est encore loin de voir apparaître un système européen de médias ou une sphère publique européenne. Pour l'instant, les frontières nationales sont également les frontières des médias. La véritable sphère publique européenne n'existe que dans les cercles de Bruxelles : politiciens, fonctionnaires de l'UE, groupes de pression et correspondants. *Deirdre Kevin*



Dans toutes les discussions concernant la future Europe, affleure l'espoir que les « médias » pourraient ou devraient, d'une manière ou d'une autre, favoriser les processus d'intégration. Logiquement, on peut espérer que les médias assumeront le rôle d'informer le public sur les enjeux européens, lui ouvrant un forum où en discuter, et qu'ils le feront conformément à leur code déontologique d'exactitude et d'impartialité. On espère souvent aussi que les médias contribueront activement à la promotion et au soutien du processus européen d'intégration. Ces espoirs ne s'excluent pas forcément l'un l'autre : en informant les citoyens sur les affaires de l'Europe, les médias soutiennent automatiquement le développement de

la citoyenneté européenne, que cela les conduise ou non à soutenir la politique européenne. On ne pourra arriver à un soutien réel du projet européen que lorsque les institutions européennes et les gouvernements nationaux recourront aux médias pour informer les citoyens sur les objectifs de l'intégration. Mais que s'agit-il de soutenir exactement et quels messages les citoyens reçoivent-ils de l'UE et de leurs chefs nationaux à travers les médias ? En ce qui concerne le soutien à l'UE, le politologue et économiste Tom Garvey (2005) fait la distinction entre le « cœur » (valeurs) et la « raison » (économie) des citoyens. Question : auquel de ces aspects la communication s'est-elle le plus attachée ?

Le réseau européen des médias

L'un des moyens de favoriser la compréhension et le soutien du public est d'expliquer le travail (et l'objectif) de l'Union européenne. Au fur et à mesure que cette dernière s'est agrandie, qu'elle est devenue « plus large et plus profonde », on a assisté à l'émergence de discussions et d'initiatives centrées sur trois questions : le « déficit de démocratie » de l'Union européenne, le « déficit de communication » de l'Union européenne et le « rôle des médias » dans la commu-

nication de l'Europe. En ce qui concerne la démocratie et l'administration au niveau de l'UE, les facteurs pertinents sont la communication entre l'UE et les citoyens, le journalisme européen et la couverture médiatique des affaires de l'UE, la communication à l'intérieur de la communauté politique européenne et l'interaction de l'UE et des médias européens. Les médias peuvent informer sur les autres pays européens, la culture et les échanges culturels par le cinéma et la programmation. La structure des systèmes de communication européens est également un point crucial : l'économie politique des médias, l'usage que divers publics font de ces systèmes médiatiques et les cultures politique et démocratique au sein desquels ils se trouvent. A partir des divers éléments évoqués ci-dessus, le lecteur peut se faire une idée plus concrète des différents rôles que les médias peuvent assumer dans le processus d'intégration européen.

Une communication hiérarchisée ou à double sens ?

Ce qu'on appelle le « déficit de démocratie » dans la pratique administrative actuelle de l'Europe a été largement rééquilibré par les changements apportés à la Constitution. Jusqu'au Single European Act de 1986 (qui introduisait la procédure de coopération) et au Traité de Maastricht de 1992 (qui introduisait la procédure de codécision, plaçant ainsi le Parlement européen sur un pied d'égalité avec le Conseil européen), le Parlement européen n'avait qu'une fonction consultative et, avant 1979, le Parlement n'était pas élu au scrutin direct.

Parallèlement, le public (les citoyens) a

fait preuve d'une conscience, d'une compréhension et d'un intérêt accrus envers l'Europe, l'Union européenne et le projet d'intégration depuis l'instauration des sondages Eurobaromètre dans les années soixante-dix. Ces derniers continuent de souligner l'importance des médias, de la télévision en particulier, comme source d'information sur l'UE¹. En dépit de l'usage accru d'Internet, la télévision reste pour l'ensemble de la population le média le plus important, suivie par la presse. Bien évidemment, les citoyens ont eu, depuis 1979, d'autres moyens plus efficaces d'exprimer leur opinion sur l'intégration européenne, en élisant le Parlement européen. Toutefois, le « message » principal que l'on en retire généralement concerne le niveau d'intérêt et de participation : la participation aux élections est vue comme un indicateur du soutien dont jouit l'ensemble du projet, mais il semblerait que les campagnes électorales et leurs résultats permettent mal d'évaluer le soutien du public aux politiques de l'UE. De plus, les Etats membres de l'Union européenne ont lancé quelque vingt-neuf référendums sur l'élargissement, l'appartenance et le renforcement de l'intégration (traités et Constitution). Périodiquement, la faible participation aux élections et le refus réitéré de l'intégration dans les référendums tendent à provoquer l'affolement parce qu'il n'y a pas de consensus sur l'Europe, que les citoyens sont « oubliés » et qu'il faut donc accroître l'information et diversifier les voies de communication.

Les institutions de l'UE ont tenté de résoudre ce « déficit de communication » de plusieurs manières : une politique d'« ouverture et de transparence » pour ce qui est de l'accès à l'information et aux documents ; des campagnes d'information ont été menées depuis plusieurs années sur divers aspects de l'intégration (droits des citoyens, marché unique, euro et élargissement) ; le Service audiovisuel de la Commission européenne fournit des vidéos, des bandes sonores et des images pour couvrir les nouvelles de l'Europe sur

Internet et grâce à Europe by Satellite ; et la Commission a ouvert en 1995 le Portail de l'Union européenne. D'autres développements politiques ont conduit à modifier la façon d'aborder les médias. En 1999, après que la Commission a démissionné en bloc, on a procédé à une importante revue des articles de presse et de la communication afin d'en améliorer les services. Le travail de Meyer, par exemple (1999), a révélé le rôle important joué par le journalisme d'investigation et par la coopération entre les journalistes étrangers à Bruxelles durant la crise. Depuis, le travail des porte-parole de la Commission européenne s'est professionnalisé et de nouvelles pratiques de gestion, semblables à celles des gouvernements nationaux, ont vu le jour (voir AIM, 2007). Entre 2004 et 2006, des stratégies d'information et de communication ont été développées, dont le point culminant a été la publication du récent Livre blanc sur une politique de communication européenne qui, parmi d'autres idées, propose de « tenir compte du contexte local », c'est-à-dire de collaborer avec les médias régionaux et locaux et de faire un meilleur usage des TIC pour communiquer avec les citoyens.

D'autres projets permettent de financer des programmes sur les affaires européennes : en ce moment, par exemple, le Parlement européen dispose de fonds pour des « programmes de télévision susceptibles de favoriser l'information et la prise de conscience ». Comme les enquêtes scientifiques sur ce point sont pratiquement inexistantes, il est difficile d'évaluer

Comme il n'existe pratiquement pas d'analyses scientifiques sur ce point, il est difficile d'évaluer l'impact des campagnes d'information et des stratégies de communication sur les connaissances et les attitudes des citoyens.

l'impact des campagnes d'information et des stratégies de communication sur les connaissances et les attitudes des citoyens ou sur leur soutien à l'intégration.

Un pool d'information des médias européens

De nombreux travaux ont été consacrés au rôle des nouveaux médias dans l'information des citoyens européens sur les questions européennes, en particulier depuis que la politique de l'UE influence davantage les politiques nationales. La plupart s'attachent au rôle des médias dans une société démocratique : ils informent les citoyens sur la politique et l'économie et leur fournissent un forum où discuter de ces questions (contribuant ainsi à créer une sphère publique) ; ils ont également pour mission de contrôler le fonctionnement de la démocratie et des acteurs politiques et économiques. Plusieurs études ont aussi analysé le journalisme et la production de nouvelles au niveau européen. La recherche s'intéresse aussi à une autre question centrale : la formation de l'identité européenne – dans quelle mesure les médias européens pourraient-ils jouer à ce niveau le rôle qu'ils ont joué dans la formation de l'identité nationale au niveau national ? Certains se déclarent en faveur d'un système médiatique européen commun à tous les citoyens, ce qui est restée lettre morte jusqu'à présent, surtout à cause des barrières linguistiques. Les chaînes d'information, musicales ou sportives, à l'audience européenne ou internationale comme Euronews, BBC World, CNN et les publications comme l'Economist, le Financial Times, l'International Herald Tribune s'adressent avant tout aux élites des affaires et

de la politique tout en étant des sources d'information essentielles pour les correspondants de l'UE .

Outre la communauté politique, plus de 1000 correspondants de l'UE et plus de 2000 groupes de pression agissent côte à côte. Selon un rapport édité par le Parlement européen (2003), plus de 70% des groupes de pression travaillent pour des intérêts corporatifs et seulement 20% représentent des organisations non gouvernementales (syndicats, organisations de santé publique, groupes de défense de l'environnement, etc. compris).

Les résultats d'analyses comparatives sur la façon dont les systèmes nationaux traitent les nouvelles et programment l'information sur l'Europe nous renseignent sur plusieurs faits : le type de médias qui informent davantage sur l'Europe (presse de qualité, chaînes du service public) ; les pays qui tendent à avoir la couverture médiatique la plus complète (souvent l'Allemagne, la France, les Etats nordiques) ; les obstacles particuliers auxquels on se heurte quand on informe sur l'Europe ou qu'on prend l'Union européenne pour sujet de reportage (sujets complexes, manque d'intérêt des éditeurs et de l'auditoire, processus législatif interminable) ; et l'entourage médiatique le mieux adapté à l'Union européenne (dans le contexte des nouvelles économiques et politiques).

En dépit de l'étendue des différences et des orientations nationales (cultures journalistiques, sujets appropriés, paysages médiatiques), les facteurs habituels influençant les nouvelles demeurent : les dispositifs de nouvelles sont au service du citoyen ou du consommateur et si les structures destinées au premier obéissent à l'idée de service public ou de contenu éditorial, celles destinées au second se

fondent sur des intérêts supposés ou parfois sur le résultat de sondages. Généralement parlant, toutes les études révèlent qu'un individu ne s'intéresse aux informations que si elles affectent sa vie : plus elles sont proches de lui, plus il les considère comme pertinentes, qu'elles soient de nature géographique, financière ou émotionnelle. C'est pourquoi, en ce qui concerne les informations politiques, la gestion et les développements nationaux qui les affectent le plus sont liés aux questions de finances personnelles, d'emploi, de santé et d'enseignement. Voilà qui est susceptible de limiter nos attentes sur le rôle joué par les médias d'information, en dehors de ce qu'on peut légitimement attendre d'eux : exactitude et, pour ceux qui se présentent comme tels, qualité (analyse, commentaire et contexte) et, peut-être l'élément le plus important pour tout système politique et économique, contrôle indépendant et impartial des affaires politiques.

Ce qui est plus difficile à évaluer, c'est la manière dont les gens traitent l'information qu'ils ont à leur disposition. Les enquêtes Eurobaromètre sont utiles, mais du point de vue des données collectées, elles sont limitées².

La perception de l'Europe dans les médias

Si la fonction des médias est de produire et de programmer de l'information pour les besoins de l'auditoire, alors on peut supposer que les attitudes nationales et individuelles envers l'Europe ont une influence sur cette fonction ou qu'elles sont le cadre où cette information se dé-

Des études révèlent que les nouvelles économiques et politiques sont le contexte médiatique le mieux adapté à l'Union européenne.

ploie. Le concept de l'intégration européenne a toujours eu pour les différentes nationalités une signification différente. Pour les six membres originaux, la Communauté européenne était, après la Seconde Guerre mondiale, le moyen de prévenir la guerre entre les Etats et de les lier économiquement en contrôlant les industries du charbon et de l'acier (moteurs de la guerre). Les Etats arrivés plus tard avaient souvent des raisons économiques plutôt qu'idéelles pour entrer dans ce bloc commercial. Ces logiques historiques de soutien à l'Union européenne continuent d'influencer les différents débats nationaux et modèles électoraux. Dans une étude de 1998 analysant le discours des élites sur les diverses monnaies, les chercheurs ont découvert que les élites britanniques voyaient l'Europe comme l'« autre », donc une menace pour la souveraineté britannique. Pour les élites allemandes, l'Europe représentait une alternative positive à l'« autre », le nationalisme allemand. Cet ancien scepticisme et cette façon de prendre ses distances vis-à-vis de l'Europe persistent malgré l'engagement du gouvernement britannique actuel en Europe, et se perpétuent dans les tabloïdes du Royaume-Uni et une grande partie de la presse d'opinion. Deux chercheurs britanniques se sont demandé si ces branches de la presse « ne se moquaient pas du public ». Dans une série d'interviews effectuées auprès des bureaux représentant la Commission dans les Etats membres, seul le bureau britannique indique qu'une grande partie de son travail consiste à démonter les « mythes européens » qui circulent dans les médias.

Bien que l'élargissement de 2004 ait été précédé de référendums manifestant un soutien massif à l'UE, les études suivantes montrent une diminution du contentement et du soutien dans les Etats membres. Peut-on en conclure que, dans ces pays, l'information des électeurs a surtout insisté sur les bénéfices économiques de la coopération au détriment de tous les autres motifs ? Durant la campagne du

Traité de Nice, lorsque l'électorat irlandais a, pour la première fois, dit « non » à une intégration plus poussée, on a pu voir des slogans intéressants des deux côtés du débat. Les affiches des « oui » proclamaient : « Nous serons bien mieux dans l'Europe ». Le camp des « non » suggérait : « Vous perdrez vos emplois, votre argent et votre pouvoir ». Un seul groupe dans le camp des « non » a abordé une question importante, celle de la neutralité irlandaise, avec le message : « Goodbye UN, hello NATO ».

A ce point, nous percevons clairement la différence opposant « gagner les cœurs » et « gagner la raison » des citoyens. L'accent est trop souvent mis sur l'éventuelle prospérité économique créée par l'intégration, ce qui entraîne quelquefois des déceptions. Si l'« Europe » et les motifs d'intégration ont, à l'intérieur de l'Union européenne, diverses significations pour les divers publics et engendrent diverses attentes et angoisses, il est difficile d'espérer un dénominateur commun dans les opinions, les débats et les comportements. Ces perceptions sont peut-être perpétuées par les médias, mais elles sont aussi fortement influencées par les élites politiques et leurs programmes. Il n'y a pas que les médias qui filtrent l'information inspirant notre idée de l'Europe, les acteurs politiques le font aussi.

Un guide des médias européens ?

Etant donné qu'il n'existe pas de système médiatique paneuropéen, la sphère publique européenne ne fonctionne qu'à travers les espaces nationaux et les systèmes médiatiques nationaux. Les systèmes médiatiques d'Europe ont subi des changements profonds ces dernières an-

nées, en particulier pour ce qui est du choix dont disposent les publics. Dans les années soixante-dix, la plupart des pays avaient à peine deux chaînes de télévision et ces dernières relevaient du service public ou étaient des chaînes d'état. Les développements technologiques, la dérégulation et la globalisation des marchés ont modifié cette situation. Pour prendre un exemple, en Irlande, en 1975, il n'existait qu'une seule chaîne publique jusqu'à l'introduction d'une seconde chaîne RSP à la fin des années soixante-dix et d'une chaîne commerciale en 1998. Aujourd'hui cependant, étant donné l'absence d'une télévision numérique terrestre par satellite (TNT), 25% des ménages irlandais (chiffres de 2006) sont maintenant abonnés à la télévision numérique Sky, recevant ainsi 206 chaînes. En une seule génération, des changements massifs ont eu lieu.

A la lumière des choix dont disposent les publics de l'UE, on peut se demander si cela renforce ou limite le rôle traditionnel des médias dans la formation de l'identité (nationale ou européenne) et dans la vie démocratique des citoyens. En règle générale, on pense aux types de médias qui se préoccupent de sujets politiques et économiques, c'est-à-dire les RSP (en raison de tâches et obligations spécifiques) et la presse (notamment la presse de qualité). C'est ce qu'indiquent des études sur les contenus des informations européennes.

Les systèmes RSP résistent dans de nombreux pays de l'UE, surtout dans les Etats nordiques et du Nord de l'Europe. Dans plusieurs Etats, les radiotélévisions de service public ont une part d'auditoire assez faible : par exemple, en Estonie, en Hongrie, en Lettonie et en Lituanie. Nombre d'entre elles ont eu du mal à passer du statut de chaînes d'état à celui de chaînes de service public et face à la privatisation croissante (les chaînes privées sont souvent financées par des capitaux étrangers), les chaînes RSP n'ont pas réussi à s'imposer. D'autres ont recours à la

Tab. 1: Radiotélévisions de service public : position sur les marchés de l'UE

Part de l'auditoire...	... des RSP dans les Etats de l'UE	...des deux meilleures chaînes commerciales dans les Etats de l'UE*
Très élevée 60-75%	Danemark 72%	République tchèque 65%, Hongrie 61%
Elevée 50-60%	Pologne 54%, Autriche 52%	Portugal 57%, Lituanie 55%, Finlande 52%
Moyennement élevée 40-50%	Italie 49%, Finlande 44%, France 43%, Belgique Flandres 41%, Allemagne 41%, Irlande 40%, Suède 40%	Pays-Bas 47%, Estonie 44%, France 44%, Allemagne 43%, Slovénie 42%, Italie 41%, Lettonie 40%
Moyenne 35-40%	Pays-Bas 38%, Grande-Bretagne 38%, Slovénie 35%	Grèce 37%, Malte 37.5%**, Belgique Flandres 36%, Pologne 36%, Suède 35%, Grande-Bretagne 34%***
Moyenne-basse 25-35%	Malte 33%, République tchèque 31%, Espagne 30%, Portugal 28%	Belgique Wallonie 30%
Basse 10-20%	Belgique Wallonie 19%, Lettonie 19%, Estonie 18%, Hongrie 18%, Chypre 17%, Grèce 15%, Lituanie 12%	Autriche 10%, Danemark 15%, Irlande 13%**

* Dans le cas de l'Italie, la part ne concerne qu'une seule chaîne.
 ** En Autriche, la part des chaînes allemandes est de 37%; en Irlande, plus de 40% pour le Royaume-Uni; à Malte, 19% pour l'Italie; en Belgique Wallonie, 30% pour la France; en Estonie 40% pour la Russie
 *** Réseau privé ITV compris, ce dernier ayant certaines obligations de RSP.
 Chiffres de 2004 (AT, BE, CY, DA, FIN; GR; IT); de 2003 (CZ, EE, FR, DE, IE, LT, SI, SE); de 2002 (LV, NL)

Source: Kevin et al (2004)

publicité ou aux finances publiques pour se financer plutôt que d'introduire une redevance, compromettant ainsi leur indépendance politique et financière (Espagne, Portugal).

Le niveau du lectorat de journaux varie dans toute l'UE, les pays nordiques et du Nord de l'Europe possédant la tradition la plus forte. Dans ces pays, les chiffres du lectorat de la presse et de l'auditoire des chaînes RSP sont élevés. Il n'est pas surprenant que ce soit dans ces pays que les médias fournissent le plus d'information sur les affaires européennes, bien que cela n'implique pas automatiquement plus de soutien pour l'intégration ou le développement d'une identité européenne forte.

De plus, les systèmes de médias des Etats membres de l'UE varient en termes de taille (cela va du service à une population de 80 millions en Allemagne à celui à une population de 0,38 million à Malte), mais aussi de culture et d'usage linguistiques. Une autre question importante est celle de la propriété et du contrôle des médias, que ces derniers soient politiques (Italie, Malte), religieux (Malte, Slovénie et Grèce), commerciaux ou in-

La politique des médias de l'UE a principalement tenté d'instaurer une industrie européenne des médias forte pour faire pièce aux Etats-Unis. Elle a également financé le cinéma et introduit des réglementations afin de promouvoir une production télévisuelle européenne indépendante. Cependant, ce n'est que récemment que l'UE a commencé de se préoccuper de l'état du pluralisme politique et culturel dans les systèmes de médias nationaux.

En ce qui concerne les échanges culturels, il existe des liens culturels et linguistiques entre plusieurs petits Etats de l'UE et leurs voisins plus grands, ce qui leur permet de recevoir, dans une certaine mesure, leur télévision par-delà les frontières et d'acheter des programmes. Cela concerne la réception de la télévision française, hollandaise et allemande en Belgique ; de la télévision allemande en

Tab. 2: Analyse des entrées de cinéma dans l'Union européenne (EU25)

classées selon le pays d'origine des films

Pays d'origine	USA	USA/Eur. FR	GB	DE	IT	SP	Reste Europe
% total entrées	59,7%	11,7%	9,5%	6,1%	4,5%	2,2	2,1

Source: Observatoire européen de l'audiovisuel (2004). Chiffres provisoires pour 2004.

dustriels (Italie, France et Grèce), qu'ils se trouvent dans des mains étrangères (Hongrie, Slovaquie, Pologne, Lettonie, Estonie, Danemark, Lituanie et République tchèque) ou dans celles de groupes multimédia (Italie, Royaume-Uni, Portugal, Grèce et Espagne). Ces facteurs influencent les espaces dans lesquels les citoyens reçoivent leurs informations politiques et culturelles sur l'UE et sur leurs voisins européens, mais également la manière dont les médias contribuent à la démocratie nationale.

Autriche ; de la télévision et de la presse britanniques en Irlande ; des médias russes en Lettonie, Lituanie et Estonie ; des médias grecs à Chypre et des médias italiens à Malte. C'est néanmoins souvent considéré comme un problème parce que ces parts de marché ont un impact sur les revenus publicitaires et font craindre une possible domination culturelle. Les échanges de programmes sont restés limités en Europe et un coup d'œil à ceux des chaînes privées révèlent qu'ils ont beaucoup plus de points communs avec

les programmes de télévision américains. Certes, la concurrence met à la disposition des consommateurs un choix plus grand de chaînes ; pourtant, on craint que la concurrence avec les chaînes commerciales puisse aboutir à une baisse de qualité (moins d'informations, de documentaires, de dramatiques de qualité) et à un divertissement superficiel.

Il en est de même pour le cinéma, le fournisseur le plus important de divertissement cinématographique étant les Etats-Unis. Quant à la production de certains pays à l'industrie cinématographique puissante, comme la France, l'Allemagne, le Royaume-Uni ou l'Italie, elle continue de n'être vue que dans le pays-même.

Conclusion

On ne peut espérer que, dans un futur immédiat, il se formera une sphère publique européenne ou un espace de débat européen, ouverts à tous les citoyens, bien que l'importance d'Internet, comme moyen de communication, aille croissant (il reste cependant moins important que la télévision). La véritable sphère publique européenne existe dans la communauté politique de Bruxelles : les politiciens, les officiels de l'UE, les groupes de pression et les correspondants de l'UE. La manière dont elle est communiquée à travers les systèmes nationaux permet de soutenir la citoyenneté européenne. Les attitudes envers l'Union européenne, l'intégration européenne et, également, l'identification européenne sont plus complexes, elles dépendent des perceptions et de la façon dont les élites, en particulier les élites nationales, communiquent. Elles sont aussi influencées par l'expérience personnelle,

ce qui comprend l'expérience culturelle des autres et des autres pays. Le contexte médiatique des pays européens détermine le type d'information que les gens reçoivent. Renforcer le rôle d'intérêt public des médias nationaux est un premier pas vers la garantie et le maintien de la démocratie et de la diversité culturelle et le meilleur fondement d'une sphère publique stimulant la citoyenneté et l'identification européennes.

Deirdre Kevin est conseillère de presse ; spécialiste des médias, elle s'intéresse plus particulièrement à la communication politique, au développement d'une sphère publique européenne ainsi qu'à la politique des médias. Elle a conseillé, entre autres, la Fondation culturelle européenne et divers organismes de médias. Deirdre Kevin a publié plusieurs ouvrages : *Europe in the Media : A Comparison of Reporting, Representation and Rhetoric in National Media Systems in Europe* (2003). Son Master de European Economic and Public Affairs lui a ouvert les portes de l'institut écossais de Stirling, « Media Research Institute », et du « Europäisches Medieninstitut » de Düsseldorf.

¹ En 2004, la télévision était la première source d'information pour 73% des personnes interrogées (EU 15) et 79% des nouveaux Etats membres (NEM). La presse quotidienne est la première source d'information pour 54% des personnes interrogées (EU 15) et 51% des NEM. La radio a été mentionnée par 35% des personnes interrogées (EU 15), mais 51% des NEM. Le recours à Internet comme source d'information a été mentionné par 16% des interrogés (EU15) et 18% des NEM. Source : Eurobarometer 61.

² Selon la méthodologie Eurobarometer, chaque enquête comprend quelque 1000 interviews face-à-face par Etat membre (excepté l'Allemagne : 2000, le Luxembourg : 600, le Royaume-Uni : 1300 dont 300 en Irlande du Nord).

Du fait des deux guerres mondiales, l'histoire récente de l'Europe constitue une césure qui marque l'ensemble de notre planète.

Malgré une reconstruction exemplaire, les conflits continuent de couvrir en Europe. Dans quelle mesure la Communauté européenne peut-elle montrer l'exemple et contribuer à une culture de la paix dans le monde ?

Danilo Santos de Miranda, Directeur du Serviço Social do Comercio São Paulo (SESC-SP)

SE RÉCONCILIER AU LIEU DE SE DIVISER Les Européens ne parlent pas seulement les uns des autres, ils parlent aussi les uns avec les autres.

Du moins en ce qui concerne les protagonistes du secteur cinématographique. Non seulement, le cinéma européen est parvenu à s'imposer culturellement face à Hollywood, il prend également de plus en plus d'importance comme force économique. *Michael Schmid-Ospach*



jets européens plaisent, on procède à un nouveau tournage, tout simplement : ainsi du film « Bella Martha » qui sort sous le titre « No Reservations » aux Etats-Unis, avec Catherine Zeta Jones au lieu de Martina Gedeck dans le rôle principal. Il y aura également un nouveau tournage pour « Caché » de Michael Haneke et dans ce remake, l'action est même transférée de Paris aux Etats-Unis.

Le cinéma fait le tour du monde

Johannes Rau – ardent défenseur de l'Europe – a dit un jour : « A mes yeux, l'Europe ne peut réussir que si nous ne la fondons pas sur la division, « votre culture contre la nôtre », mais sur la conciliation, « votre culture et la nôtre », que si nous ne voyons pas dans sa diversité une menace, mais le fondement de son unité. »¹

Sur la carte mondiale du cinéma, les rapports se modifient : ces derniers temps, la domination de Hollywood est moins évidente en Europe. L'Amérique, l'un des marchés les plus importants, continue de faire la fine bouche : les masses n'apprécient guère les versions synchronisées. Ceux qui en Europe, ne tournent pas en anglais, sont donc désavantagés sur ce marché. Lorsque les pro-

Mais à la Berlinale, on a pu se rendre compte qu'ici, les choses bougeaient : les Etats-Unis ne se contentent plus de sonder le terrain en Europe, à la recherche de scénarios. De nombreux acteurs et créatifs européens évoluent avec aisance dans le monde des relations internationales. On peut voir Martina Gedeck, par exemple, dans « The Good Shepherd », Moritz Bleibtreu dans « The Walker » et dans « La Masseria dello allodole », Daniel Brühl dans « 2 Days in Paris », Julia Jentsch dans « Obsluhoval jsem anglikého krále », André Hennicke dans « In Memoria di me », Jasmin Tabatabai et Sibel Kekilli dans « Fay Grim », Christian Oliver dans « The Good German » ou Benno Fürmann dans « Kruisstoicht Spijkerbroek ». Les équipes internationales sont aujourd'hui la règle et, quant aux

lieux de tournage, il y a longtemps que les échanges sont intenses, non seulement en Europe, mais entre toutes les nations de cinématographie.

Parallèlement, les réseaux du cinéma se densifient de plus en plus. Cela implique, pour les fournisseurs européens, de faire connaître tout d'abord leurs possibilités régionales et nationales – et à l'inverse, du côté de la demande, d'exploiter les possibilités sur le marché européen. Grâce à une étroite collaboration avec German Films, la représentation du cinéma allemand à l'étranger, nous sommes présents dans tous les festivals internationaux, nous travaillons avec différents cinéastes d'Europe et d'autres parties du monde.

L'Europe, facteur de succès

De nombreuses productions, qui ont bénéficié du soutien de la Fondation pour le cinéma, obtiennent du succès sur les écrans des festivals et dans les salles : il en va ainsi pour « Le Parfum » de Tom Tykwers, par exemple, pour « Le Bonheur d'Emma » de Sven Taddicken, « Un été à Berlin » d'Andreas Dresen, « Le grand silence » de Philip Gröning ou les productions internationales comme « Le Vent se lève » de Ken Loach, « Sweet Mud » de Dror Shaul, une coproduction israélienne et allemande plusieurs fois primée, « Madonnen », le drame de Maria Speth ou la tragicomédie « Armin » du metteur en scène croate Ognjen Svilic.

Au cours de l'« automne doré » du cinéma, l'an dernier, cinq films allemands dominaient les écrans allemands et sur les marchés internationaux les feuilletons télévisés allemands se vendaient comme des « petits pains ». Le quotidien

de Francfort, le Frankfurter Rundschau, commentait : « Comme Hollywood ne fait plus que fabriquer des feuilletons pour la télévision et que ça lui réussit, les « disaster movies » en provenance d'Allemagne sont pratiquement sans rival. »² Si on examine les succès de box-office des productions allemandes, on remarque qu'au regard de la concurrence européenne, la fiction allemande est devenue l'un des produits les plus compétitifs. Le film « Der Untergang » (La Chute) s'est vendu dans 145 pays, le feuilleton télévisé en deux épisodes « Dresden » a pu être placé dans 68 pays et « Stauffenberg », lui aussi comme « Dresden », un téléfilm subventionné par la Rhénanie-du-Nord-Westphalie, a été acheté par 82 pays.

J'aimerais prendre deux exemples de notre pratique quotidienne pour montrer combien les activités pour le cinéma en Europe peuvent renforcer les liens et de quelles réussites est couronnée cette coopération européenne. Car les succès du cinéma sont entièrement de « facture » européenne et ont fait fureur, non seulement à l'intérieur, mais aussi au-delà des frontières de l'Europe.

Le premier, une véritable superproduction, est pour l'instant la production allemande la plus chère : il s'agit de l'adaptation du roman de Patrick Süßkind, Le Parfum, un livre traduit en plus de cinquante langues auparavant. Le Parfum, une production de Bernd Eichinger mise en scène par Tom Tykwer, a fait plus d'un million d'entrées durant le premier week-end de sa sortie dans les cinémas allemands. Cela signifie près de 1500 spectateurs par copie. En l'espace de 50 jours, le film avait fait plus de cinq millions d'entrées. Le distributeur Dreamworks de Steven Spielberg l'a introduit dans les

cinémas américains et, au Japon, il est maintenant sur les écrans. Un succès extraordinaire pour la firme de production et l'exemple qu'un film peut être les deux, une superproduction – donc un divertissement pour les masses – et un événement culturel. Mais également un exemple que dans le milieu cinématographique, la division du travail s'internationalise et que cette internationalisation, qui tient de la règle plutôt que de l'exception, est la recette du succès.

Car le tournage a eu lieu dans les pays les plus divers, non seulement pour des raisons financières et malgré les subventions sans lesquelles le film n'aurait probablement jamais vu le jour. A Barcelone, le maire s'est montré généreux et a réussi à bloquer la vieille ville pour le tournage. En France, ce pays où se déroule l'action du film, seule la scène des champs de lavande a été tournée car le pays était trop cher pour la production. 1400 costumes ont été cousus en Roumanie, les maquettes ont été conçues en Tchéquie, de même que les effets numériques. En Allemagne, il y a eu quinze jours de tournage dans les studios munichoïses Bavaria, mais également l'ensemble d'une post-production considérable qui a « tout de même occupé quatre-vingts personnes pendant douze mois ». Et n'oublions pas que le producteur Bernd Eichinger vient de Bavière et le metteur en scène Tom Tykwer de la Rhénanie-du-Nord-Westphalie. La distribution est également internationale, le jeu de l'interprète principal britannique et de l'équipe internationale est d'un seul jet, on ne perçoit pas ici de frontières.

Tom Tykwer a aussi écrit la musique (avec deux partenaires), qui a été jouée par la Philharmonie de Berlin sous la direction du chef d'orchestre britannique

Simon Rattle. Le CD du film était en vente dans le commerce dès la sortie du film. Ce dernier a été un candidat fort courtisé pour l'ouverture du festival de Venise, invitation que le producteur a déclinée. Il souhaitait que la première du film ait lieu – cela aussi une nouveauté – en Allemagne. Finalement, *Le Parfum* avait été vendu dans de nombreux pays bien avant sa sortie dans les cinémas. Après avoir obtenu un énorme succès en Allemagne, en Autriche et en Suisse, il s'est placé à la première place du hit-parade en Russie, dès le premier week-end.

L'autre exemple cinématographique de ma petite démonstration donne l'impression d'être à l'opposé du premier ; pourtant, en l'espace de six mois, il avait réussi à soulever l'enthousiasme non seulement du public non seulement en Europe, mais aussi dans le monde entier. Je veux parler du documentaire de Philip Gröning, « *Le grand silence* », un film subventionné par la Fondation du cinéma et couronné de nombreux prix dans les festivals européens et internationaux, va maintenant sortir aux Etats-Unis (entre autres, il a obtenu le prix World Cinema Documentary du jury du Festival Sundance et vient d'obtenir le Prix Arte 2006 du meilleur film documentaire) : il dépeint la vie dans une chartreuse française. Si ce sujet fascine tant les spectateurs, c'est qu'il raconte, avec beaucoup d'amour – et d'engagement personnel – un style de vie dont les fondements diffèrent du tout au tout de leur vie. Le film montre, à la fois sur le plan du contenu et sur celui de la forme, que tout ne fonctionne pas selon le modèle que propage Hollywood. L'art de raconter des histoires personnelles et intéressantes, qui a fait de Hollywood la patrie des stars, a trouvé une nouvelle patrie en Europe.

Un fond de soutien pour l'Europe

Depuis quelques années les activités se multiplient qui mènent à une intensification des liens encore récents entre deux pays de tradition cinématographique : la France et l'Allemagne. Outre le fait que « *Le Fabuleux destin d'Amélie Poulain* » a été produit pour moitié en Allemagne et que « *Good bye, Lénine !* », un film soutenu par la Fondation du cinéma, a attiré un million de spectateurs en France en 2003, la même année la ville de Lyon a accueilli pour la première fois le Rendez-vous franco-allemand du cinéma. Un rendez-vous qui, depuis, a lieu tous les ans, en alternance dans les deux pays, et qui est reconnu et apprécié. Il attire chaque fois un centaine de cinéastes sous la houlette de la présidente et productrice française Margaret Menegoz. « *Caché* », justement une coproduction franco-germano-italiano-autrichienne de Margaret Menegoz (mise en scène de Michael Haneke), a obtenu entre autres en 2005 le Prix du meilleur film européen ainsi que le Prix de la mise en scène à Cannes et a été au centre des discussions lors de la rencontre franco-allemande de cinéma.

Le cinéma comme forme artistique

Dans l'intervalle s'est développée une sorte de première ligue de l'Académie de cinéma franco-allemande, située à Ludwigshurg et à la Haute Ecole de cinéma La fémis de Paris, dont les professeurs projettent également une rencontre franco-allemande du cinéma.

De plus, le ministre fédéral de la culture, Bernd Neumann, a lancé à l'automne 2006, de façon tout à fait officielle, un groupe de travail chargé d'approfondir

le sujet de la « diversité culturelle en Europe » ; des députés français et allemands y débattent de « l'influence des nouveaux médias sur la diversité culturelle » et de la façon « d'améliorer les possibilités de soutien aux productions cinématographiques européennes ».

Ces événements filmiques ont été précédés de deux accords conclus par l'Allemagne et la France en 2001 : le premier, un accord sur le cinéma, constitue une réglementation générale, en 15 articles et des annexes, de la coopération franco-allemande et prévoit, outre les coproductions, une collaboration au niveau de la formation et de la formation continue ainsi que du patrimoine culturel. L'autre est un accord complémentaire, ce qu'on appelle un « mini-traité », sur les subventions et leurs modalités d'attribution. Dans le cas d'une requête de subvention pour une coproduction franco-allemande, la décision est prise par une commission paritaire franco-allemande.

Le Festival international du cinéma de Rome, qui a eu lieu pour la première fois en 2006, a fourni une preuve supplémentaire que les Européens ne se contentent plus de parler les uns des autres, mais qu'ils se sont mis à se parler les uns aux autres. Les métropoles partenaires italiennes, françaises, espagnoles et allemandes du réseau CRC (Capital Regions for Cinema) ont conclu un traité pour élaborer des mesures d'aide aux coproductions européennes.

La France et l'Italie projettent actuellement un accord de production selon le modèle franco-allemand afin d'améliorer l'exploitation des productions des deux pays dans le pays partenaire.

Le fait est que les cinéastes internationaux ne dénigrent plus l'Europe (« euro-

pudding »), mais qu'ils apprécient de plus en plus les effets de synergies économiques et artistiques qu'on peut y gagner. C'est le résultat du travail continu et structurel effectué par l'encouragement européen au cinéma, dont l'engagement des dernières années commence à porter ses fruits. Il convient, dans ce contexte, de mentionner les vastes programmes MEDIA. Souvent, la difficulté concerne la manière dont ces actions sont « vendues » plutôt que celle dont elles sont perçues. La diversité culturelle et nationale a besoin de temps pour se fondre en une véritable unité européenne solide, et pour que cette réalité soit connue de tous.

Le village (cinématographique) planétaire

Internet et la numérisation permettent de transporter les films d'un endroit à l'autre en une fraction de seconde. C'est l'un des facteurs qui accélère la formation du « village » planétaire, dans notre cas européen, dans lequel le cinéma – qu'il soit documentaire, de fiction ou se situe aux frontières des genres et des mondes cinématographiques – peut jouer tous les rôles, au mieux, celui d'art critique et éclairé. Tout cela ne signifie qu'une chose : le cinéma européen gagne du terrain. Il acquiert toujours plus d'importance comme forme artistique, comme événement culturel et comme bien économique.

Cela implique que toutes les personnes concernées devront faire preuve de compétences supplémentaires – que ce soit au niveau de la réalisation ou à celui de la réception des films. Cela nécessite également de surveiller d'un regard plus attentif le pouvoir des médias et le contrôle des

pouvoirs politiques, pour que ne se répète pas ailleurs ce qui s'est passé en Italie sous Berlusconi : le politicien le plus puissant du pays contrôle les médias. Un « village planétaire » ne peut empêcher ce genre d'incidents, du fait de la souveraineté des Etats, mais il peut certainement contribuer à créer une opinion différenciée et à encourager une perception critique si on n'oublie pas une chose: que ce soit à Hollywood, Bollywood ou Wooden Europe, il faut exiger la qualité des films et ne jamais y renoncer. Considérer le cinéma comme un simple bien économique affaiblit sa fonction d'art, d'événement culturel.

Respecter le cinéma comme un bien culturel digne d'être protégé, qu'il soit européen, national, international ou global, est l'une des tâches culturelles et politiques les plus importantes de la communauté du « village planétaire » – dans ce domaine, par tradition, l'Europe porte une responsabilité particulière.

Depuis 1992, **Michael Schmid-Ospach** est délégué de la Westdeutschen Rundfunk WDR auprès d'ARTE et préside le conseil de surveillance de la Fondation pour le cinéma de la Rhénanie-du-Nord-Westphalie NRW à Düsseldorf, qu'il dirige depuis 2001. Il a fait des études de théâtre, de langue et culture allemandes et de psychologie à Cologne. De 1977 à 1990, il a dirigé la division presse et relations publiques de la WDR, puis il a été vice-directeur de la télévision et, deux ans plus tard, a assumé la direction de la section principale « tâches centrales ». Schmid-Ospach est de plus chef de programme pour la culture et les sciences de la WDR et membre de nombreuses institutions médiatiques ou culturelles.

LEVER DE RIDEAU POUR UN CINÉMA DE NICHE

Le progrès et la technologie ont modifié nos habitudes de consommation culturelle. Même dans les endroits les plus isolés, la totalité des biens culturels, du livre au film, nous reste à tout moment accessible en ligne. Seul le cinéma européen confidentiel ne sont pas présents sur le réseau. Alors que sommeille en eux un potentiel commercial susceptible de concurrencer les productions à succès de Hollywood. *Dina Iordanova*



In'y a pas si longtemps, Manuel Castells, le visionnaire d'Internet, qualifiait la mutation du monde des médias d'« exceptionnelle mutation globale » - la globalisation s'accompagnant du ciblage simultané d'un étroit segment de spectateurs - et remarquait que ce nouveau monde des médias faisait des économies grâce à la production de masse et profitait des synergies entre les diverses formes d'expression.

Il a fallu tout juste cinq ans pour que ses affirmations se transforment en vérité généralement acceptée. L'industrie de la créativité sait aujourd'hui que produire des films à succès n'est pas la seule façon de faire de l'argent et qu'il est tout aussi possible de réussir commercialement avec des films confidentiels. A condition que la

couverture médiatique soit suffisamment étendue pour permettre, dans le cadre de la globalisation, de cibler un étroit segment de spectateurs et les niches du marché. Et à condition qu'on n'assiste pas « à une harmonisation du monde, mais que celui-ci se compose de consommateurs individuels aux désirs individuels », comme l'a fait remarquer Michael Gubbins, éditeur de Screen International.

Notre époque de nouvelles technologies, qui voit triompher les segments de niche, qui les voit se libérer de la « tyrannie de la géographie », ouvre des perspectives absolument fascinantes. Les canaux de distribution rigides favorisaient les chaînes générales au détriment des chaînes spécialisées, étouffaient dans l'œuf les vellétés d'originalité et ont ainsi, durant de nombreuses années, condamné le cinéma européen à vivre dans l'ombre. Aujourd'hui la situation se présente autrement. Mais l'Europe se rend-elle compte de cette chance ? Pas vraiment. Rien ne laisse penser que la politique culturelle européenne profite de cette occasion propice pour renforcer l'espace public en Europe et au-delà et solliciter ces groupes cibles qui s'intéressent à la diversité des cultures en Europe.

L'Europe dispose aujourd'hui des technologies nécessaires pour desservir des marchés de niche et des intérêts épar-

pillés, surmonter la suprématie des « blockbusters » et se brancher sur la diversité des possibilités cinématographiques. Mais ce qui manque, ce sont les structures politiques adéquates et les stratégies susceptibles de faire de nous les bénéficiaires de cette « transformation exceptionnelle ». La portée du cinéma européen est réduite par de confuses stratégies de distribution et les embrouillaminis de la politique publique.

Il y a dix ans, on aurait considéré la vie que je mène aujourd'hui comme une simple élucubration, bien que Marshall McLuhan l'ait déjà décrite dans sa théorie des médias au début des années soixante. Je vis dans un petit village sur la côte est de l'Ecosse, à 45 miles d'Edinburgh, et de mon bureau j'ai vue sur la mer. J'ai chez moi une connexion à haut débit et je peux effectuer mes recherches et une grande partie de mon travail tout en profitant de cette vue admirable sur la mer. Le matin, je vais me promener le long de la plage, dans la brise fraîche. De retour chez moi, je me connecte à Screen Daily (l'édition quotidienne de Screen International, qui me donne les nouvelles les plus récentes sur le monde du cinéma) et regarde si les communiqués de presse de la veille sur mon dernier projet en Inde ont été repris par les journaux de Mumbai. Ensuite, je travaille ou j'écris pendant une heure, je réponds aux courriels qui sont arrivés entre-temps ou m'entretiens en direct sur Skype avec des amis de Hong Kong et de Paris. Puis je fais une petite pause et je descends au village acheter des œufs, du saumon frais ou des biscuits à l'avoine. A la poste, je rencontre le libraire du coin qui expédie des livres à ses clients du monde entier, que lui ont amenés eBay et Amazon : il sait bien que

sa librairie ne survivrait pas s'il devait se contenter de la clientèle du village. En rentrant chez moi, je m'amuse à observer les oiseaux de mer et le flux et le reflux des eaux, quelquefois il m'arrive même de voir des phoques.

Dans l'intervalle, le facteur est passé. Il a apporté deux enveloppes carrées où s'inscrit le mot Lovefilm : elles contiennent les DVDs que, dans un courriel de la veille, la compagnie avait dit m'avoir envoyés. Dans la soirée, je regarderai les films sur l'écran plasma de ma télévision ; demain j'écrirai quelques notes sur les films, puis je les remettrai dans les enveloppes réutilisables et les jetterai dans la boîte aux lettres à l'angle de la rue. Les prochains DVDs qui me seront envoyés par le site Internet Lovefilm où j'ai ouvert un compte personnel, arriveront dans deux jours.

Plus tard dans la journée, je m'occuperai de mon administration, répondrai aux courriels et préparerai mon cours, lirai les travaux de mes étudiants et leur enverrai mes réactions par la voie électronique, discuterai avec le responsable des TI sur la numérisation d'extraits de films pour mon enseignement et enfin téléverserai, pour mes cours du lendemain, mes notes sur l'environnement d'apprentissage virtuel utilisé par mon université, WebCT. Lorsque sera finie ma journée, je consulterai mon ordinateur et les chaînes de télévision satellite pour m'informer sur les derniers mouvements de la bourse, et je ferai mes courses en ligne (elles me seront livrées le jour suivant par le grand supermarché qui se trouve à 30 minutes de voiture plus loin sur la côte).

Tout cela, je le fais de chez moi tout en jouissant de la beauté et du calme champêtre de mon village, de son air pur et de

la proximité de la nature, et sans que mon engagement vis-à-vis de mes relations nationales et internationales en pâtisse. Je peux être assise dans mon environnement rural écossais et être connectée au monde, aussi active dans mes échanges que si je me trouvais au centre de Londres, mais sans le stress. Ce que j'imaginai il y a dix ans est maintenant devenu ma réalité quotidienne.

Il n'y a pas de vidéo-club dans mon village ; dans toute la région les boutiques d'achat ou de location de vidéo du type « magasin de quartier » font faillite. Autrefois, les deux épiceries locales louaient des vidéos (uniquement les dernières sorties de Hollywood), mais elles ont maintenant cessé de le faire : les gens commandent leurs vidéos soit par le service satellite soit en s'inscrivant à divers clubs de location en ligne, qui ont un choix tellement plus vaste et sont, en plus, meilleur marché. Le vidéo-club qui fournissait toute la production de Hollywood à l'université voisine de St. Andrews a vu ses affaires péricliter et a dû fermer. Le seul magasin de vidéo qui a survécu est celui qui s'est spécialisé dans les films d'art et d'essai : ce qui contredit complètement tout ce qu'on nous dit sur les grosses chaînes de Hollywood phagocytant les petites salles indépendantes dévolues au cinéma alternatif.

Bien que je sois professeure de cinéma et que je regarde au moins un film par jour, je ne vais plus guère au cinéma. Le

Le seul magasin de vidéo qui a survécu est celui qui s'est spécialisé dans les films d'art et d'essai : ce qui contredit complètement tout ce qu'on nous dit sur les grosses chaînes de Hollywood phagocytant les petites salles indépendantes dévolues au cinéma alternatif.

cinéma le plus proche, à St. Andrews, ne projette que des films de Hollywood qui m'intéressent rarement. Le cinéma d'art et d'essai le plus proche est à Dundee, à 45 minutes en voiture. Alors il vaut mieux attendre deux mois jusqu'à ce que le film sorte sur DVD. Pas très loin de chez moi, à Edinbourg, se déroule le festival de cinéma le plus important de Grande-Bretagne. Malheureusement en août, c'est-à-dire au moment où les longues journées ensoleillées invitent à se prélasser sur la côte plutôt qu'à s'asphyxier dans des salles de cinéma irrespirables. C'est pourquoi je n'assiste qu'à la cérémonie d'ouverture, ce qui me donne l'occasion de voir quelques films. Je participe aux festivals internationaux (Rotterdam, Berlin, etc.), la plupart du temps cependant avec la ferme intention de voir des films que je n'aurai pas la possibilité de me procurer autrement.

Il se peut que mon village ne corresponde pas à la moyenne. Près d'un tiers de ses 1500 habitants travaillent pour la plus vieille université d'Ecosse, St. Andrews ; un autre tiers sont des intellectuels à la retraite – écrivains, artistes ou musiciens ; seul un tiers d'entre eux travaillent dans l'agriculture, la pêche et les services locaux. Mais c'est précisément ce qui fait de mon village un exemple pertinent : la majorité de ceux qui y habitent sont des consommateurs potentiels de « cinéma de niche » européen ; il y a de fortes chances qu'ils préfèrent voir de sobres films d'auteurs européens plutôt que les grandes productions hollywoodiennes, et la plupart d'entre eux possèdent également la technique idoine. Mais voilà, le cinéma européen ne leur est tout simplement pas accessible.

Nous sommes parvenus à réaliser no-

tre rêve de vivre à la campagne et de jouir de tous les avantages d'une vie proche de la nature tout en profitant des merveilles de la globalisation grâce auxquelles nous avons accès à cet art et cette culture dont auparavant seules les métropoles poussièreuses et bruyantes disposaient. Les distances ne comptent plus puisque le village isolé est aussi convenablement approvisionné en biens culturels que les villes européennes les plus centrales. Nous assistons au déclin de l'ère des grandes productions et de la distribution de masse, nous entrons dans une nouvelle époque où il nous sera possible de satisfaire nos goûts et intérêts spécialisés quel que soit l'endroit où nous nous trouvons. Car, ainsi que le fait remarquer Castells, Internet fournit un canal de communication horizontal, sans contrôle, relativement bon marché, qui fonctionne de personne à personne aussi bien qu'entre plusieurs personnes.

« Longue traîne » à profusion

Bienvenue dans l'ère de la longue traîne ! Bienvenue dans le monde de l'abondance ! La longue traîne, dont Chris Anderson, l'éditeur de Wired a commencé à parler, il y a quelques années, décrit le mode de consommation culturelle de l'âge électronique. Pour voir les films que nous souhaitons, nous ne sommes plus limités au cinéma local ou aux trois chaînes de télévision, nous avons accès à un éventail de quelque cent chaînes et à Internet où sur YouTube, on peut trouver presque tous les films qui, pour une raison ou pour une autre, n'ont pu passer à la télévision et où on peut télécharger ou commander n'importe quel film (légalement, ceux qui ont été élus pour la distribution, clandest-

inement tous ceux qui n'ont pas été sélectionnés pour le marketing de masse). Bienvenue dans l'époque du marketing de créneau : il est florissant et prospère à côté de la consommation de masse et il se taille progressivement une bonne part du marché. Des millions de dollars de publicité télévisée pour les grandes productions hollywoodiennes sont sérieusement battus en brèche par les recommandations et le bouche-à-oreille des groupes Yahoo ou d'autres sites de clavardage.

C'est que le bouche-à-oreille de longue traîne a plus de pouvoir que la publicité. Des services comme Lovefilm et Amazon n'ont plus besoin de garder en dépôt des stocks énormes de tout ce qu'un client de passage pourrait désirer, ils répertorient tout simplement les articles et les procurent à la demande. De plus, ils font de leurs sites Internet des forums d'échanges, comme eBay où des myriades de petits vendeurs ont fait prospérer leurs affaires en se branchant sur un marché global de clients. Les nouvelles technologies modifient les habitudes de consommation culturelle en profondeur et permettent à la fois une diffusion ciblée et une diffusion générale. Dans l'univers de la longue traîne d'Anderson, le monde de la diffusion générale est vu comme un « monde de rareté » (les choix limités d'hier) et juxtaposé au « monde de l'abondance » (le monde d'aujourd'hui et son marketing de créneau). Dans l'univers de la longue traîne, « la vaste majorité des produits ne sont pas disponibles dans le magasin de votre quartier », mais peuvent être demandés et obtenus auprès de compagnies comme Lovefilm, Amazon, eBay qui exploitent des inventaires « à la demande » et ne se contentent pas des « marchés existants en expansion », mais découvrent également

de nouveaux créneaux à croissance rapide. Pour la première fois dans l'histoire, les grandes productions et les produits de niche sont sur un pied d'égalité, ils sont également dignes d'être développés du point de vue de la distribution parce qu'un nombre extrêmement important de produits de niche multiplié par un nombre relativement faible de ventes aboutit quand même à des chiffres économiquement forts et viables. « Brusquement, la popularité n'a plus le monopole de la rentabilité », fait remarquer Anderson. Rendre les produits de niche accessibles fait ressortir une demande latente pour des contenus non commerciaux.

Ensuite, lorsque la demande se déplace vers les niches, l'économie de l'approvisionnement s'améliore et ainsi de suite, créant des réactions en boucle qui vont profondément modifier des industries entières – ainsi que la culture – dans les décennies à venir.

Mettre des limites

Pourtant dans ce monde d'abondance, il n'est pas facile de tomber sur le cinéma européen. Très peu de films européens sont accessibles dans l'univers de la longue traîne : ils sont encore captifs d'accords de distribution qui ne concernent même pas encore l'ensemble de l'Europe mais sont limités à des pays particuliers. Pour des spécialistes comme moi, qui travaille sur le cinéma d'Europe orientale mais réside dans le Royaume-Uni, me tenir au courant des derniers développements cinématographiques dans les pays qui m'intéressent est souvent frustrant et me prend énormément de temps ; et je continue de faire confiance à mes réseaux personnels et à mes contacts avec les ci-

Rendre les produits de niche accessibles fait ressortir une demande latente pour des contenus non commerciaux.

néastes car il n'existe pas encore de mécanismes capables d'amener la production de ces cinémas à ma porte comme le fait le service de location de DVDs.

Comme ces deux dernières années, je me suis engagée à créer une vidéothèque ambitieuse pour l'université, je connais les contrariétés et les embarras auxquelles on s'expose lorsqu'on tente de pister les films européens. Même pour une spécialiste de ma trempe, habituée à consulter tous les canaux existants, c'est un effort laborieux et qui prend du temps que d'acquérir les films des principaux cinéastes, car ils ne sont tout simplement pas disponibles. Prenons Tony Gatlif, par exemple. Un seul de ses films, « Exils », est distribué dans le Royaume-Uni et donc achetable. Le site français d'Amazon ne propose qu'une partie de ses films sur DVD (la plupart non sous-titrés alors que les DVDs produits par Hollywood sont sous-titrés en plus d'une douzaine de langues européennes, du finnois au bulgare). Seuls deux des films de Volker Schlöndorff sont actuellement distribués au Royaume-Uni ; pour obtenir une copie de son « Homo Faber » (coproduit par quatre pays européens, y compris le Royaume-Uni), il faut s'en remettre au marché de l'occasion. Plus de 30% de tous les films britanniques n'accèdent jamais à aucune forme de distribution et il est donc pratiquement impossible de monter une collection de cinéma britannique. La seule façon d'obtenir des copies d'autres cinémas européens importants est de les télécharger illégalement sur Internet. Si je télécharge quelques-uns de ces films pour les utiliser dans mon enseignement, mes collègues des TI et du service des médias refusent de m'aider, alléguant que je suis en train de commettre un délit de piratage.

Je me souviens très bien de cette « lectrice » d'allemand payée par le DAAD, il y a quelques années : elle travaillait dans une université britannique et avait l'intention de donner un cours sur le cinéma allemand ; comme elle ne pouvait obtenir l'un des premiers films de Wim Wenders par les canaux ordinaires, elle en avait été réduite à enchérir « Alice dans les villes » sur eBay. Pendant les pauses, elle se précipitait dans son bureau pour vérifier en ligne l'évolution des enchères. Malheureusement, comme ses moyens étaient limités, quelqu'un d'autre avait enchéri et emporté la vente. Aujourd'hui aucune des premières œuvres de Wenders ne fait partie de la collection de cette université ; et c'est la situation de la plupart des collections universitaires du Royaume-Uni. Accessoirement, cela fait maintenant dix ans que Wenders préside l'Académie européenne du cinéma (European Film Academy). On n'ose pas se demander ce qu'il est de l'accessibilité des œuvres de cinéastes qui ne sont pas aussi connus que lui.

Sortons des niches

Les organisations culturelles européennes dépensent des sommes considérables à encourager les réseaux de cinémas traditionnels et les festivals, deux formes d'exposition dont la portée est limitée à quelques zones urbaines. Elles ignorent cependant la nécessité bien réelle d'établir une distribution dans le monde de la longue traîne. Les organes de financement privilégient les projets ciblant un public urbain et ne voient pas que les développements technologiques permettraient d'atteindre des publics spécialisés dans des endroits reculés.

La distribution continue de s'organiser en fonction des territoires nationaux (par opposition au paneuropéen, c'est-à-dire un territoire qui pourrait en effet être « sans frontières »). Il est essentiel de comprendre que l'accès des Européens au cinéma ne passe ni par les salles ni par les réseaux de festival. Nous sommes de plus en plus nombreux à vivre dans le monde de la longue traîne et il serait temps que le cinéma européen nous y rejoigne et y prenne sa place, à côté de Bollywood et du cinéma d'animation japonais.

Dina Iordanova dirige le département du cinéma de l'Université de St. Andrews en Ecosse, où elle dirige également le Centre d'études cinématographiques. Elle a consacré ses études au milieu cinématographique d'Europe orientale et des Balkans et elle dirige des projets dans le domaine du cinéma inter- et transnational. Ses recherches portent sur le cinéma au niveau métanational ainsi que sur les segments de niche.

Sources

- Anderson, Chris. *The Long Tail : How Endless Choice is Creating Unlimited Demand*. London : Random House, 2006.
- Castells, Manuel. *The Internet Galaxy Reflections on the Internet, Business, and Society*. Oxford: Oxford University Press, 2001.
- Gubbins, Michael. « Bringing it Home », *Screen International*, 8 septembre 2006, p. 2.
- McLuhan, Marshall. *The Gutenberg Galaxy*. London: Routledge & Kegan Paul, 1962.

LA FORCE DES IMAGES Les films hollywoodiens comme « *Pretty Woman* » ou « *The Pursuit of Happyness* » racontent le rêve américain, l'ascension du plongeur qui devient millionnaire, sous des variations toujours renouvelées. Le rêve américain est entre-temps devenu le rêve du monde entier. Mais qui rêve le rêve européen, où est passé le cinéma européen ? L'Europe laisse-t-elle le terrain aux images des autres ? *Wim Wenders*



C'est quoi l'Europe ? C'est comment l'Europe ? On pourrait penser que l'Europe va à vau-l'eau. Fucked, im Eimer, foutue. Si on pense à la débâcle constitutionnelle, à sa puissance politique réelle, au manque d'enthousiasme de ses citoyens pour les « affaires européennes » ces derniers temps. Les « Européens » en ont pardessus la tête de l'Europe... D'un autre côté, l'Europe, c'est le paradis sur terre, la Terre promise, dès qu'on l'observe de l'extérieur. Ces deux derniers mois, j'ai pu la contempler de Chicago et de New York, de Tokyo, de Rio, d'Australie, d'Afrique centrale, du Congo ou, la semaine dernière encore, de Moscou.

L'Europe apparaissait sous un autre jour, mais toujours comme un paradis, le

rêve de l'humanité, le refuge de la paix, du bien-être, de la civilisation.

Ceux qui vivent en Europe depuis longtemps semblent en être écœurés. Ceux qui n'y sont pas, qui vivent ailleurs, veulent à tout prix y entrer.

Qu'est-ce que cette chose que les uns possèdent, mais ne veulent plus, et que les autres désirent ? Ou plutôt, pour balayer devant ma porte : pourquoi l'Europe m'est-elle aussi « sacrée » dès que je la vois de loin, et pourquoi me paraît-elle aussi profane, quotidienne, pour ne pas dire ennuyeuse, dès que j'y reviens ?

Lorsque j'étais jeune, je rêvais d'une Europe sans frontières. Aujourd'hui que je voyage dans tous les sens, virtuellement et réellement, sans devoir sortir mon passeport, que j'utilise même une seule monnaie pour mes paiements, où est passée mon émotion ? Ici, à Berlin, je suis Allemand, de tout mon cœur entre-temps. Mais, je ne suis pas plutôt aux Etats-Unis qu'il n'est plus question de venir d'Allemagne, de France ou de je ne sais où. On vient « d'Europe », ou on y retourne. Pour les Américains, c'est le comble de la culture, de l'histoire, du style, du savoir-vivre. La seule chose susceptible de leur donner un complexe d'infériorité. Et même un complexe durable. Et vue d'Asie ou d'une autre partie du monde, l'Europe passe pour un bas-

tion d'histoire humaine, de dignité et, oui, osons le mot, de culture.

L'Europe a une âme, oui, ce continent n'a pas besoin de s'en forger une. Il en a déjà une. Pas sa politique, et pas son économie non plus. Mais, en premier lieu, sa culture. J'enfonce des portes ouvertes. Le président de la Commission européenne l'a déjà clairement affirmé, il y a deux ans; à ce propos, je cite la fin de son discours : « Europe is not only about markets, it is also about values and culture. And allow me a personal remark : in the hierarchy of values, the cultural ones range above the economic ones. If the economy is a necessity for our lives, culture is really what makes our life worth living. »

Je pourrais citer d'autres passages de ce discours mémorable, je pourrais même le citer en entier tant il traduit mon sentiment le plus profond. Seulement voilà : l'Europe continue d'agir, vis-à-vis de l'extérieur comme vis-à-vis de ses habitants, en puissance d'inspiration d'abord économique, elle met en avant des arguments politiques et financiers, jamais culturels. L'Europe ne recourt pas aux émotions ! Qui aime son pays à cause de sa politique ou de son marché ? Personne ! Juste à côté de chez moi se trouve le « show-room » de la Communauté européenne, comme il y en a dans toutes les capitales. Qu'est-ce qu'on y trouve ? Des cartes géographiques, des brochures, des informations économiques, des matériaux sur l'histoire de l'Union européenne. Tout ça d'un ennui ! Un bide ! Qui se sent représenté, qui se sent concerné par tout ça ?

Nous vivons à l'ère de l'image. Aucune autre culture n'a autant d'impact aujourd'hui que celle de l'image. Les li-

vres, les journaux, le théâtre... rien ne peut se comparer au pouvoir des images animées, du cinéma et de la télévision. Pourquoi faut-il que dans le monde entier, et pas seulement en Europe, « aller au cinéma » signifie « aller voir un film américain » ? Parce que les Américains ont compris depuis belle lurette, et mis en pratique radicalement, ce qui émouvait les hommes, ce qui les faisait rêver. L'ensemble du « rêve américain », que tout le monde rêve à présent, est une invention du cinéma.

Je ne veux pas le discréditer. Seulement poser la question : qui rêve le rêve européen ? Il me vient à l'esprit, à ce propos, un exemple : dans les quelques mois à venir, vingt, trente ou même cinquante millions d'Européens vont voir un seul et même film. Dans tous les programmes, dans toutes les informations - j'ai zappé dans toute l'Europe - on a annoncé la sortie d'un film à Londres. Il s'agissait, tout le monde s'en doute, de James Bond, ce noble gentleman britannique, combattant du droit contre l'injustice qui, depuis quarante ans, sauve le monde de la ruine. Se souvient-on de ce magnifique Ecossais qui autrefois incarnait ce héros européen, Sir Sean Connery ? Ou de cet Irlandais excessivement élégant et cultivé, Pierce Brosnan ? Voilà maintenant que des millions d'Européens vont aller voir, tous en même temps, entre Noël et le Nouvel An, un petit gangster qui ressemble, que l'on me pardonne,

L'ensemble du « rêve américain », que tout le monde rêve à présent, est une invention du cinéma.

au président russe, Vladimir Poutine. Ce nouveau Bond se comporte apparemment avec brutalité et sans égards. Que veut-on nous dire ? Que nous raconte cette production américaine ? Nos propres mythes ne nous appartiennent plus : bon, je veux bien croire que ma conclusion est un peu tirée par les cheveux, mais il y a un fond de vérité. Rien ne façonne notre imagination de manière aussi puissante, aussi nette et aussi persistante que le cinéma. Mais nous ne le maîtrisons plus, il ne nous appartient plus. Notre invention la plus personnelle nous a échappé.

Dans le cinéma européen – et il existe encore, malgré tout, il est produit dans près de cinquante pays européens – nos propres histoires européennes n'occupent plus qu'une place insignifiante !

Dans les images d'un cinéma européen, une génération entière d'Européens pourrait se retrouver, l'Europe pourrait se définir avec force, sensibilité et fermeté, la pensée européenne pourrait être communiquée au monde, nous pourrions propager notre bien le plus précieux, notre culture, la « open society », la culture du dialogue et de la paix et de l'humanité, mais nous nous sommes laissé voler cette arme, car les images sont l'arme la plus puissante du XXI^e siècle. Il n'y aura pas de conscience européenne, il n'y aura pas d'émotions envers ce continent, pas de future identité européenne, pas de lien, si nous ne pouvons nous représenter nos propres mythes, notre propre histoire, nos propres idées et sentiments !

L'Espagne, par exemple, n'a pas d'ambassadeur au monde plus efficace que Pedro Almodóvar, la Grande-Bretagne que Ken Loach, la Pologne qu'Andrej

Wajda ou Roman Polanski. Bien qu'il soit mort depuis près de treize ans, un Federico Fellini continue d'incarner l'âme italienne. C'est ce que fait le cinéma européen : il modèle et sculpte notre connaissance inconsciente de nous-mêmes et des autres ! Il engendre une idée de l'Europe, une volonté européenne, justement l'âme européenne dont nous parlons ici. Mais voyez quelle place nous accordons à ce trésor, quel rôle nous lui attribuons dans la vie culturelle européenne, combien l'Europe politique se montre négligente dans le peu d'attention qu'elle porte non seulement au cinéma, mais surtout à la culture. Et pourtant, c'est le mortier, le liant, le ciment des sentiments européens !

Tous ces pays qui souhaitent entrer dans l'Europe, tous les nouveaux ou futurs membres qui viennent de l'Est, ils pourraient s'imaginer d'une part, nous parler d'eux, nous gagner à leur cause, et d'autre part, être accueillis par la cause et l'âme européennes si seulement nous parvenions à renforcer nos ambassadeurs réciproques, si nous aussi, en Europe, nous acceptions de croire au pouvoir des images. Mais en l'espèce, nous commettons une grave erreur. Nous argumentons en parlant de politique et d'économie, non d'émotions. Tout près, dans le show-room, sont suspendues les cartes les plus ennuyeuses au monde alors que, dans les locaux des ambassades, dans les cinémas et à la télévision, la puissance mondiale que sont les Etats-Unis continue d'envoûter par ses images l'humanité entière, Européens compris. Cette génération, qui est en train d'être soustraite à l'Europe, le reprochera durement un jour à la politique européenne : pourquoi avez-vous permis que l'Euro-

pe nous ennue ? ! Pourquoi nous avez-vous dégoisé d'interminables discours politiques au lieu de nous faire aimer et découvrir cet admirable continent ? L'Europe a une histoire culturelle, elle a une culture de vie contemporaine, elle a une culture politique.

George Soros l'appelle « the open society ». L'Europe a d'autant plus d'importance dans le monde aujourd'hui que l'Amérique n'a pas vraiment été à la hauteur récemment et a échoué à témoigner de ses valeurs morales et politiques ; il revient donc à l'Europe d'assumer un rôle d'autant plus important de modèle.

Mais : ce modèle est sans vigueur s'il ne peut se fier au pouvoir de ses propres images ! La société ouverte n'enthousiasmera personne, n'emballera personne, ne passionnera personne aussi longtemps qu'elle restera une idée abstraite. Ces émotions européennes existent, elles sont à portée de nos mains, les Européens les désirent ardemment, mais on les ignore, on préfère laisser le champ aux images des autres. J'espère que l'on ne s'apercevra pas trop tard en Europe à quel point nous avons battu en retraite sans opposer de résistance...

L'auteur a présenté ce texte lors de la Conférence « Europa eine Seele geben » à Berlin, en novembre 2006.

Wim Wenders est cinéaste et photographe, il enseigne la cinématographie à la Haute Ecole d'arts visuels de Hambourg.

Si l'Europe ne veut pas être un fantôme du passé, elle ferait mieux de se rappeler le sens originel du mot « âme » : courage. Une âme pour l'Europe signifie alors, relever les nouveaux défis, en particulier face aux divers visages de l'Islam, face à ces musulmans pour la plupart européenisés, dont la présence marque déjà l'Europe d'aujourd'hui. Et l'Europe pourra rassembler sa force pour porter au monde le message d'une société ouverte.





Inge Feltrinelli

SWF

ERVI DE LUCA
MANTEGHI

DANIELE
LUTTAZZO
MOVIMENTO
IN ITALIA

MISTERC
PSE 40

LA FIN DU BASTION ÉDUCATIF NATIONAL

Ces dernière-s années, les autorités et les établissements d'enseignement se sont aperçus de la dimension européenne des défis et des mutations auxquels se trouvait confronté le système de l'enseignement. La politique nationale et régio-nale est souvent, mise en pratique dans les écoles, les hautes écoles et la recherche, en référence au contexte européen. *Guy Haug*



Jusqu'au milieu des années quatre-vingt, l'enseignement n'était pas agendé par l'UE et les politiques de l'enseignement étaient arrêtées et appliquées dans le seul contexte national, généralement dans l'ignorance de ce qui se passait dans les pays voisins. La première génération de programmes de mobilité de l'Union européenne (Erasmus, Comett, Lingua et, un peu plus tard également, Tempus) ont déclenché une première vague de changements dans ce paysage : en suscitant une mobilité intra-européenne à une (relative-ment) large échelle, ces programmes ont contribué à sortir les systèmes d'enseignement de leur isolement national (tout d'abord dans l'enseignement supérieur, puis, avec Socrates, dans l'enseignement scolaire), mais sans oser suggérer que cette

mobilité serait grandement facilitée si les divers systèmes et structures de l'enseignement étaient un peu plus compatibles les uns avec les autres.

Le tabou a été brisé pour la première fois dans la Déclaration de la Sorbonne (1998) et à Bologne (1999) qui revendiquaient un degré d'harmonisation (et non d'uniformisation) plus élevé dans l'architecture de l'enseignement supérieur. Le « Processus de Bologne » qui s'est ensuivi, réunissant 45 pays de toute l'Europe, a ainsi réussi à ouvrir une nouvelle brèche. Quelques années plus tard, cette brèche a pu être élargie à d'autres niveaux et types d'enseignement et de formation grâce au programme de travail « Education et formation 2010 » qui prévoit (pour toute l'UE et les pays apparentés) la coordination d'objectifs partagés (plutôt que de structures).

Ce programme de travail a été lancé en mars 2000, grâce au sommet européen de Lisbonne (la réunion des chefs d'états et de gouvernements) et marque une étape majeure dans la construction de la future Europe : il symbolise l'ambition de l'Union de devenir l'économie et la société de la connaissance la plus compétitive et la plus dynamique au monde, capable d'une croissance durable accompagnée d'une amélioration quantitative et qualitative de l'emploi et d'une plus grande cohésion sociale, respectueuse de l'environnement.

Parallèlement, le Conseil européen a reconnu que la « Stratégie de Lisbonne » présupposait des changements majeurs dans les systèmes sociaux (en particulier pour ce qui est de l'emploi et de l'éducation) et des efforts importants dans les domaines de la recherche et de l'innovation. Ceci a mis en branle un processus qui, moins de deux ans plus tard, au printemps de 2002, a abouti à l'adoption par le Conseil européen de Barcelone d'un plan d'action comprenant deux mesures :

- d'une part, un premier programme de travail sur les objectifs des systèmes d'éducation et de formation, connu sous l'appellation « Education et formation 2010 » (E&F 2010) ;
- d'autre part, un accord sur la nécessité d'augmenter l'investissement dans la recherche et le développement technologique de 1,9% du PIB (à l'époque) à 3% en 2010.

Un cadre pour des objectifs communs

Pour être un document de politique à long terme engageant l'UE, le programme de travail E&F 2010 demeure étonnamment peu connu dans les milieux européens de l'enseignement et de la formation. Pourtant, il est d'une grande importance stratégique, surtout parce qu'il comporte trois innovations majeures :

- d'abord, ce programme définit une série d'objectifs communs à toute l'Europe vers lesquels doivent tendre les politiques nationales et la pratique éducative des pays concernés. Il s'agit là d'une nouveauté essentielle qui ne modifie pas le principe fondamental de subsidiarité (selon lequel les Etats membres sont seuls responsables de leurs politiques et de leurs structures d'enseignement) mais y ajoute une nouvelle dimension, plus dense, de coopération dans l'intérêt de chaque pays et de l'Europe dans son ensemble. Le programme d'action concerne tous les niveaux d'enseignement et de formation (y compris les systèmes extérieurs à l'enseignement et à la formation officiels) tout au long de la vie. Les treize objectifs concrets à attein-

dre d'ici à 2010 ont été regroupés autour de trois buts stratégiques (la qualité, l'accès, l'ouverture au monde extérieur) et chaque objectif a été décomposé en lignes d'action spécifiques et accompagné d'une liste d'indicateurs permettant de mesurer les progrès accomplis.

Education et formation 2010 3 buts stratégiques, 13 objectifs concrets

1. Accroître la qualité des systèmes d'éducation et de formation
 - Améliorer l'éducation et la formation des enseignants et des formateurs
 - Développer les compétences nécessaires pour une société de la connaissance
 - Permettre à tous d'avoir accès aux technologies de l'information et de la communication TIC
 - Augmenter le recrutement dans les filières scientifiques et techniques
 - Optimiser l'utilisation des ressources
2. Faciliter l'accès de tous à l'éducation et à la formation
 - Créer un environnement propice à l'apprentissage
 - Rendre l'éducation et la formation plus attrayantes
 - Favoriser la citoyenneté active, l'égalité des chances et la cohésion sociale
3. Ouvrir l'éducation et la formation sur le monde
 - Renforcer les liens avec le monde du travail, la recherche et la société dans son ensemble
 - Développer l'esprit d'entreprise
 - Améliorer l'enseignement des langues étrangères

- Accroître la mobilité et les échanges
- Renforcer la coopération européenne

Deuxièmement, non contents de répondre à l'« invitation » du Conseil européen de coopérer plus étroitement, les ministres ont voulu aller plus loin en élevant le niveau de leur ambition commune « dans l'intérêt des citoyens et de l'Europe dans son ensemble ». Ils ont donc décidé, non seulement d'améliorer la qualité, mais de devenir « une référence de qualité au niveau mondial ». Ils ont également souligné que l'Europe, ayant perdu, au bénéfice des Etats-Unis, sa place de destination préférée des étudiants en provenance des pays tiers, devait impérativement redevenir d'ici à 2010 « la destination préférée des étudiants, des scientifiques et des chercheurs d'autres régions du monde ». Ces déclarations témoignent de dispositions et d'une volonté politiques nouvelles dans l'enseignement et la formation européennes, elles ont encouragé les politiciens à tenir davantage compte de la dimension européenne et mondiale des défis culturels, sociaux et éducatifs à la base du programme de travail.

Le programme d'action E&F 2010 devrait permettre d'atteindre les objectifs suivants :

- le plus haut niveau de qualité dans l'éducation et la formation afin que l'Europe devienne une référence au niveau mondial pour la qualité et la pertinence de ses institutions et de ses programmes d'enseignement et de formation ;
- un niveau de compatibilité suffisant entre les systèmes d'enseignement et de formation européens pour permettre aux citoyens de se déplacer et de

choisir, la diversité devenant un avantage au lieu d'être un obstacle ;

- des possibilités réelles, pour ceux qui ont acquis une qualification et des compétences dans l'un des pays de l'UE, de les utiliser efficacement dans toute l'Union pour travailler ou continuer de se former ;
- permettre l'accès de tous à l'éducation et la formation « tout au long de la vie » ;
- une Europe ouverte à la coopération avec les pays tiers et les organisations internationales compétentes afin qu'elle devienne d'ici 2010 la destination préférée des étudiants, des scientifiques et des chercheurs du monde

Troisièmement, pour la première fois dans l'histoire de l'UE, les Etats membres ont accepté de se fixer des objectifs européens dans l'enseignement et la formation et de rendre compte de leurs propres performances dans ces domaines.

Cinq critères de référence quantitatifs ont été retenus pour l'ensemble de l'UE. Ils mettent en relief les améliorations qui doivent être apportées d'ici à 2010 grâce à la coordination de tous les efforts : réduire le nombre de jeunes quittant prématurément l'école, combler les carences dans l'acquisition des compétences clés, contrer la désaffection qui touche les études en mathématiques, en sciences et en technologie, accroître la part de la population ayant terminé des études secondaires supérieures et favoriser le taux de participation à l'éducation et à la formation tout au long de la vie. Malgré tout, il a été impossible de conclure un accord sur le niveau minimum de l'investissement dans l'enseignement et la formation, par exemple en termes de pourcentage de PIB.

Critères de référence européens

- Jeunes quittant prématurément l'école : Pour 2010, le taux de jeunes quittant prématurément l'école devrait être réduit à 10% ou moins.

- Diplômés en mathématiques, en sciences et en technologie : le total des diplômés en M, S, T devrait augmenter d'au moins 15% d'ici 2010 et le déséquilibre hommes-femmes être réduit de moitié.
- Population ayant terminé les études secondaires supérieures : en 2010, 85% au moins des citoyens de l'UE âgés de 22 ans devraient avoir le niveau d'études secondaires supérieures.
- Compétences clés : pour 2010, le pourcentage de jeunes de 15 ans ayant de mauvais résultats en lecture, en mathématiques et en sciences sera au moins réduit de moitié.
- éducation et formation tout au long de la vie : pour 2010, le taux moyen de participation à l'éducation et à la formation tout au long de la vie devrait concerner 12,5% au moins de la population adulte en âge de travailler (classe d'âge de 25 à 64 ans) au sein de l'UE.

Ces critères de référence permettent à chaque pays européen – ainsi qu'à l'UE dans son ensemble – de se comparer à la moyenne européenne et aux pays les plus performants d'Europe et du monde.

Enseignement scolaire et formation

La liste des critères de référence européens dénote que le programme de travail E&F 2010 met l'accent sur l'enseignement scolaire et la formation ; mais il implique également des efforts pour accroître la qualité et l'attrait de l'enseignement et de la formation professionnels (relevant de ce qu'on appelle le « processus de Copenhague »). Plusieurs groupes de travail ont rassemblé experts et décideurs afin de repérer les principaux déficits de l'enseignement scolaire et de définir les principaux leviers d'action dans les domaines clés (c'est-à-dire la formation des enseignants, l'identification des compétences de base nécessaires dans la société de la connaissance, la promotion des mathématiques, des sciences et de la technologie, l'amélioration de l'orien-

tation et du conseil, l'institution d'un cadre cohérent de qualifications, le degré d'autonomie idéal des écoles, etc.). Le but principal de cet exercice est de permettre aux pays intéressés de s'informer les uns les autres au sein de groupes « d'apprentissage par les pairs » où sont évalués et comparés les problèmes clés et les politiques susceptibles de les résoudre.

On peut exemplifier cette démarche par ce qui semble constituer la pierre angulaire de tous les systèmes d'enseignement et de formation : la définition du rôle de l'enseignant et sa formation initiale et continue, thème principal de l'un des groupes de travail chargés de mettre en œuvre E&F 2010. Etant donnés les défis auxquels les enseignants et les formateurs sont confrontés (que ce soit dans l'enseignement préscolaire, primaire ou secondaire ou l'enseignement général, technique ou professionnel) les discussions entre les pays et les acteurs européens ont débouché sur une nouvelle vision pour les prochaines décennies, reposant sur un nouveau profil européen de la profession et une liste des compétences de base adaptées à notre époque. La profession d'enseignant ou de formateur exige une qualification obtenue dans l'enseignement supérieur, inscrit son rôle dans la perspective d'une formation tout au long de la vie, implique une période de mobilité à l'étranger et se fonde principalement sur le renforcement des partenariats. Parmi les compétences clés que tous les enseignants et formateurs se doivent d'acquérir, il y en a trois particulièrement essentielles : l'aptitude à gérer le savoir, l'information et les technologies ; la capacité de gérer les relations humaines (avec les apprenants, les collègues et les partenaires externes) ; la faculté de travailler avec et à l'intérieur de la société au niveau local, régional, na-

tional, européen ou mondial. Ces principes sont à comprendre comme des outils permettant à chaque pays ou à chaque institution d'élaborer des propositions de réforme, en fournissant aux acteurs et aux décideurs un cadre de référence européen, ouvert et dynamique.

Universités : enseignement supérieur et recherche/innovation

Au niveau des universités et de leurs missions dans l'enseignement supérieur, la recherche et l'innovation, on observe que le calendrier de l'UE concernant la modernisation des universités, et défini comme un des éléments de la Stratégie de Lisbonne, coïncide essentiellement avec le calendrier des changements structurels du Processus de Bologne, et donc renforce et complète ce dernier.

Les objectifs de base du Processus de Bologne (emploi, efficacité du processus d'apprentissage, mobilité, attractivité) sont aussi les priorités centrales de l'Union européenne. Bologne recourt à divers instruments qui ont été développés dans les programmes de l'UE, comme les crédits ECTS ou le réseau ENQA. En retour, plusieurs activités de l'UE confortent directement ou indirectement les priorités de Bologne, soit par des programmes nouveaux ou reconduits comme Erasmus Mundus ou Marie-Curie, ou par le programme de travail E&F 2010 (autant dire le réseau des « promoteurs de Bologne » dans tous les pays), soit par la comparaison des programmes d'enseignement et des compétences clés dans les différentes disciplines (Tuning programme) ou la nouvelle recommandation sur le renforcement de la coopération entre les agences d'évaluation de la qualité.

Autant d'éléments attestant que, par-delà les réformes structurelles qui coïncident avec les priorités du processus de Bologne, l'UE a l'intention de lancer un processus plus large et plus profond de modernisation de l'enseignement supérieur et de la recherche. Tout ceci ajoute également une dimension politique au rôle traditionnel de l'UE dans l'enseignement supérieur (à savoir la coopération et les programmes de mobilité) et dans la recherche et l'innovation (à savoir la série des « programmes cadres »). Le programme de modernisation des universités de l'UE ne pourra être réalisé que dans le cadre de E&F 2010. Il a été énoncé dans deux déclarations de la Commission européenne :

- En 2005, la communication « Mobilising the brainpower of Europe » a reconnu que les universités européennes étaient à la traîne (en termes d'accessibilité, de pertinence et d'image), identifié les raisons principales de ce retard (par exemple, la fragmentation, l'insuffisance des financements et la surréglementation) et esquissé un programme destiné à « habiliter les universités à apporter leur contribution pleine et entière à la Stratégie de Lisbonne ». Ce programme est axé sur des politiques favorisant : le renouvellement des curriculums et des programmes de recherche dans les universités ; une différenciation plus grande des institutions et donc la quête de l'excellence ; de meilleurs modèles de gestion pour les systèmes et les institutions ; des mécanismes de financement de l'enseignement supérieur et de la recherche adaptés au contexte hautement compétitif et en constante mutation de l'économie et de la société de la connaissance. Cette communication a reçu le support du Conseil européen qui, en octobre 2005, lors de sa réunion à Hampton Court, a encouragé toutes les initiatives ultérieures susceptibles de renforcer et de moderniser l'enseignement supérieur et la recherche.

- En 2006, en réponse à la demande du Conseil européen, la Commission a publié une autre communication : « Delivering on the modernisation agenda of

European universities ». Après avoir répété que l'énorme potentiel des universités européennes est largement inexploité, la communication réaffirme que, pour dégager cet abondant réservoir de connaissances, de talent et d'énergie, il faut des changements immédiats, profonds et coordonnés, allant de la façon dont les systèmes sont réglementés à la façon dont les universités sont gérées. Entre enseignement, recherche et innovation, chaque institution devrait trouver l'équilibre le mieux adapté au rôle qu'elle joue dans sa région ou son pays. Cela implique forcément une démarche différenciée. Le but est de créer un cadre permettant aux universités de devenir des acteurs solides dans la société et l'économie globales de la connaissance, et à l'enseignement et la recherche d'acquérir l'excellence et de prospérer. La communication définit également une série de mesures clés à introduire partout. Celles-ci incluent : accorder une plus grande autonomie aux universités et exiger qu'elles rendent compte de leurs actions ; concentrer les systèmes de financement des universités sur le rendement et leur donner plus de responsabilité dans leur propre financement à long terme ; revoir les frais d'inscription nationaux des étudiants et les systèmes de bourses afin d'accroître l'accès à l'université et le taux de réussite de tous les étudiants qualifiés, quelle que soit leur origine sociale ; réorganiser les cours vers une plus grande flexibilité, plus de pertinence et d'interdisciplinarité afin de combler les besoins de compétences face au vieillissement de la population active ; augmenter la proportion de diplômés effectuant des séjours d'au moins un semestre à l'étranger ou dans l'industrie ; permettre aux étudiants de profiter des bourses et des prêts nationaux quel que soit l'endroit où ils choisissent d'étudier ou de faire de la recherche ; faciliter une reconnaissance rapide et sûre des qualifications académiques ; développer des formations pour la gestion des droits d'auteur, pour la communication, les réseaux, l'esprit d'entreprise et le travail d'équipe, autant de

facteurs faisant partie d'une carrière de chercheur, etc.

Ces changements dans les enseignements scolaire et supérieur et dans la recherche attestent que l'Europe est entrée dans une nouvelle phase qui n'en est encore qu'à ses débuts. Le plus important, depuis que le programme de travail E&F 2010 a été adopté, est que l'enseignement et la formation – ainsi que la recherche et l'innovation –, autrefois domaines marginaux de la politique européenne, y occupent aujourd'hui une place centrale. Alors que les politiques dans ces domaines relèvent clairement des autorités nationales (principe de subsidiarité), elles s'articulent désormais les unes aux autres dans une nouvelle forme de coopération visant l'accomplissement d'objectifs européens.

Guy Haug est spécialiste européen des politiques de l'enseignement, surtout des politiques universitaires. Il a contribué à instaurer et à lancer le Processus de Bologne et a participé, pour la Commission européenne, à l'élaboration du programme universitaire de la Stratégie de Lisbonne de l'UE.

Références

Tous les documents évoqués dans cet article peuvent être consultés sur les sites Internet concernant l'enseignement et la formation (http://ec.europa.eu/education/policies/2010/et_2010_en.html), la recherche et l'innovation (<http://europa.eu/scadplus/leg/en/lvb/i23010.htm>), la Stratégie de Lisbonne de l'UE et le Processus intergouvernemental de Bologne (<http://www.bologna-bergen2005.no>).

APPRENDRE AVEC LE TEMPS Un enseignant des années cinquante s'orienterait sans problèmes dans le présent. Un chirurgien, lui, serait absolument désarmé devant les nouvelles technologies. Le système scolaire n'aurait-il pas besoin de réformes ? Les Européens commencent à se rendre compte que, si elle doit transmettre le savoir cognitif, l'école doit aussi transmettre des compétences sociales et mieux exploiter le potentiel des individus. *Andreas Schleicher*



De mémoire d'homme, l'éducation a joué un rôle de premier plan. Pourquoi les Etats européens accordent-ils, aujourd'hui justement, une importance aussi centrale à l'éducation, non seulement en ce qui concerne la réussite de chaque personne en particulier, mais aussi le bien-être et la compétitivité de l'ensemble des Etats ? Il est clair que les conditions-cadres du monde de vie et de travail des hommes se sont profondément modifiées. Dans la société industrielle, jusqu'au milieu du XX^e siècle, les marchés sont restés stables, la concurrence limitée aux frontières nationales et l'économie organisée hiérarchiquement. Or dans la société de la connaissance, les marchés sont dynamiques, la concurrence globale et l'économie organisée en réseaux.

Dans la société industrielle, la croissance était stimulée par la mécanisation et les avantages vis-à-vis de la concurrence reposaient sur l'« économie d'échelle ». Aujourd'hui la croissance est stimulée par la numérisation et la miniaturisation, les avantages vis-à-vis de la concurrence reposent sur l'innovation et la modernité. Dans la société industrielle, l'entreprise individuelle était la norme, aujourd'hui la norme, ce sont les alliances flexibles entre concurrents. L'objectif politique de la société industrielle était le plein emploi, aujourd'hui c'est l'« employabilité », c'est-à-dire rendre les hommes capables d'élargir leur horizon dans une société en constante mutation. Dans la société industrielle, les métiers avaient un profil clair dans un contexte professionnel spécifique, et les qualifications formelles étaient la clé du succès. Aujourd'hui, les clés du succès s'appellent convergence, transformation et apprentissage tout au long de la vie.

Les nouvelles technologies ont fortement contribué à cette évolution, comme le décrit de manière très compréhensible Thomas Friedmann dans son livre « La Terre est plate : une brève histoire du XXI^e siècle », dont les réflexions se retrouvent en plusieurs endroits de cet article : dès les années quatre-vingt et quatre-vingt-dix, les gens ont pu rédiger leur

travail sous forme numérique grâce à leur PC ; le world wide web a commencé à organiser et à systématiser les informations qui se trouvaient éparpillées dans tous les ordinateurs et à les mettre à la disposition de tous. Et enfin, des produits comme Word, Excel ou PayPal ont proposé des standards permettant de mettre tous ces travaux en réseau. Parallèlement, la dérégulation du secteur des télécommunications a entraîné la « bulle dot.com » : des investisseurs ont payé des milliards aux entreprises de télécommunications qui, de leur côté, espérant en tirer des bénéfices importants, ont investi dans la technologie de la communication et dans les câbles en fibre de verre, tout cela pour relier les Etats et les continents. Par la suite, les coûts du téléphone et d'Internet se sont dramatiquement effondrés si bien que nombre des entreprises de technologie qui avaient assuré cette mise en réseau mondiale, ont été ruinées. Mais le monde en réseau, les coûts de communication peu élevés et la diffusion des nouvelles technologies ont donné naissance à de nouvelles formes de collaboration.

Une débâcle boursière s'est ensuivie dans le secteur de la technologie, ce qui, contrairement à l'opinion courante, n'a pas affaibli le processus de globalisation, mais l'a véritablement galvanisé. Les entreprises, désireuses de faire des économies, ont tenté de fabriquer leurs produits à moindre coût. Le nouveau monde technologiquement interconnecté offrait d'innombrables possibilités de délocaliser les activités de fabrication ou les services simples dans des pays comme la Chine ou l'Inde. Les Etats européens se sont retrouvés brusquement en concurrence avec des Etats capables d'offrir les qualifications recherchées à un prix considérablement

moindre. En Europe, le chômage a gagné du terrain et a surtout touché les travailleurs peu qualifiés. D'autres secteurs économiques ont complètement disparu parce que la technologie de l'information les a rendus superflus. Naturellement, les Etats européens ont profité de la globalisation, en particulier grâce au développement de nouveaux débouchés. Cependant, cela signifiait essentiellement que l'Europe avait de plus en plus besoin de personnes moyennement ou hautement qualifiées car les emplois simples restaient dans les pays acheteurs.

On sait bien que les innovations technologiques ne suffisent pas, à elles seules, à assurer le progrès de la productivité. Mais leur utilisation engendrent de nouvelles structures et formes de travail, de nouveaux comportements. A la fin du siècle dernier, elles ont débouché sur une plateforme globale permettant aux usagers du monde entier d'échanger des connaissances, de communiquer, de travailler et de rivaliser avec d'autres personnes. Les individus, les entreprises, mais aussi les Etats du monde entier ont pu collaborer au sein de chaînes complexes et participer à la concurrence internationale. Le résultat de cette évolution est que tous les travaux ou services, qui sont décomposables et numérisables, peuvent être aujourd'hui effectués partout dans le monde par les fournisseurs les meilleurs et les plus efficaces. Les sociétés d'Europe sont confrontées à un premier défi majeur : trois milliards de personnes, qui vivent dans des pays comme la Chine, l'Inde, la Russie et l'Europe de l'Est ou le Brésil et étaient jusqu'à présent exclus de la communauté globale parce qu'ils vivaient dans des structures politiques et économiques hiérarchiques et verti-

cales, ont aujourd'hui la possibilité de se connecter activement au reste du monde. L'effondrement de l'Union soviétique, l'abandon en Inde d'une économie autarcique exclusivement tournée vers l'intérieur et l'ouverture de la Chine ont, du jour au lendemain, augmenté la société et l'économie globales de six milliards de personnes.

Certes, la Chine ne domine actuellement que le secteur de la production, mais la concurrence basée sur les coûts de fabrication minimes n'est qu'un intermède. La stratégie à long terme de la Chine vise à gagner la compétition contre les Etats industriels occidentaux non pas en bas, mais tout en haut de l'échelle des prestations, et en conséquence, la Chine investit dans l'éducation.

Les résultats obtenus par Hong Kong dans le cycle d'évaluation de PISA n'ont été surpassés par aucun des Etats occidentaux : ils nous donnent déjà une idée de ce que la Chine pourra un jour accomplir – si l'ouverture politique se poursuit. Certaines études pilotes montrent que, même dans les régions occidentales les plus pauvres de la Chine, les résultats de PISA égalent ceux de l'Europe, au moins en mathématiques. Cette évolution vers une société globale du savoir a un effet décisif sur le paysage de l'éducation. La suite du texte esquissera brièvement cette évolution et dégagera les champs d'action et les défis qui en découlent.

L'Europe a-t-elle raté le train d'une politique de l'éducation ?

Il existe divers moyens d'évaluer le niveau des connaissances et des aptitudes d'une population. La plupart du temps on mesure le niveau de diplômés le plus

élevé d'une population adulte, bien que de tels chiffres ne tiennent compte que des qualifications formelles, qu'ils aient une portée limitée en ce qui concerne la qualité de l'enseignement et ne puissent être comparés internationalement sans réserve. Si l'on prend ces mesures comme critère de comparaison, les changements intervenus dans les taux de réussite aux diplômes universitaires montrent clairement que les systèmes éducatifs du monde industrialisé se sont considérablement étendus durant les dernières décennies : dans les années soixante, l'Allemagne se trouvait dans la moyenne des Etats de l'OCDE pour ce qui est du taux de réussite universitaire. Dans les années soixante-dix cependant, de nombreux Etats ont rattrapé leur retard, dans les années quatre-vingt la dynamique de restructuration et d'extension du secteur tertiaire s'est poursuivie et dans les années quatre-vingt-dix, quelques Etats ont encore amélioré leur situation. La Corée qui, dans les années soixante réalisait un produit national brut égal à celui de l'Afghanistan, est passée des derniers rangs dans les études de l'OCDE aux premières places internationales. L'Allemagne est, en revanche, retombée au 23^e rang parmi les 30 pays de l'OCDE – non parce que la participation à l'enseignement supérieur avait diminué, mais parce que, dans l'intervalle, la participation à l'enseignement supérieur, qu'il soit universitaire ou non, avait augmenté beaucoup plus rapidement dans de très nombreux Etats.

Il est important de noter, dans ce contexte, que les Etats européens ne sont plus aujourd'hui en concurrence avec des pays émergents qui offrent des qualifications inférieures à bas prix, mais avec des pays comme la Chine ou l'Inde qui

s'efforcent d'atteindre d'excellentes qualifications. Dans le passé, les systèmes éducatifs d'Europe pouvaient se référer à eux-mêmes, dans un monde interconnecté, la perspective globale doit remplacer la perspective nationale, et il faut bien se rendre compte qu'investir insuffisamment dans l'enseignement aura pour conséquence une baisse du niveau de vie pour les individus comme pour les Etats qui échouent à accéder à la société du savoir. Les indicateurs de l'OCDE montrent que les diplômés de l'enseignement supérieur ont plus de chances de pénétrer sur le marché du travail et beaucoup moins de risques de se retrouver au chômage que les personnes sans diplômes supérieurs, surtout en fin de vie professionnelle. De la même façon, dans tous les Etats de l'OCDE, il est possible d'attribuer au moins la moitié de l'augmentation du produit intérieur brut par tête d'habitant à une augmentation de la productivité du travail et donc essentiellement, à un meilleur niveau d'enseignement.

Rien ne permet d'affirmer qu'un développement dynamique du système de l'enseignement universitaire conduirait à une « inflation » de qualifications. Au contraire, parmi les Etats dans lesquels la part des personnes âgées de 25 à 64 ans et diplômées de l'enseignement universitaire a augmenté de plus de cinq pour cent depuis 1995 – l'Australie, le Danemark, la France, l'Irlande, le Japon, le Canada, la

La Corée qui, dans les années soixante, réalisait un produit national brut égal à celui de l'Afghanistan, est passée des derniers rangs dans les études de l'OCDE aux premières places internationales. L'Allemagne est, en revanche, retombée au 23^e rang parmi les 30 pays de l'OCDE.

Corée, l'Espagne ou l'Angleterre –, la plupart enregistrent des taux de chômage en baisse et des revenus potentiels en hausse pour les diplômés de l'enseignement supérieur. En Allemagne, les revenus potentiels d'une formation universitaire ont augmenté de 30 à 53 pour cent entre 1998 et 2003, un indicateur supplémentaire que la demande de qualifications supérieures a augmenté plus rapidement que l'offre.

Il serait absolument erroné de croire que, comme dans un jeu de somme nulle, l'augmentation de la main-d'œuvre hautement qualifiée dans des pays comme la Chine et l'Inde aura pour corollaire une baisse de la demande de qualifications élevées en Europe : un travailleur qui crée un produit basé sur le savoir, un livre, par exemple, ou un service comme conseiller, a d'autant plus de possibilités de vendre son produit que le marché est grand. Tel n'est pas le cas de celui qui vend sa force de travail manuelle ou un produit matériel dont la valeur sur le marché du travail n'augmente pas forcément avec le marché – car un produit ou la force manuelle ne peut se vendre qu'une seule fois. C'est pourquoi les chances augmenteront pour les titulaires d'une excellente formation alors que les risques augmenteront pour les personnes insuffisamment formées.

Apprendre tout au long de la vie

Incontestablement, les objectifs stratégiques que se fixent les réformes de l'enseignement ne devraient pas se limiter à une croissance quantitative des systèmes éducatifs – du genre « plus de la même chose ». Ce serait également manquer de perspicacité que d'ajuster les systèmes

éducatifs aux besoins actuels du marché du travail et donc au passé. Nombre des systèmes éducatifs couronnés de succès s'orientent aujourd'hui vers une formation traditionnelle. L'objectif de cette dernière est de couvrir les besoins actuels en qualifications du marché et d'investir dans la formation continue des jeunes gens. Ce n'est qu'ainsi que ceux-ci apprennent à élargir leur propre horizon et à jouer un rôle actif dans la transformation économique et sociale de la société.

L'éducation est confrontée à un défi majeur : préparer les jeunes gens à participer activement et de manière autonome à la société, à la façonner et, ce faisant, à percevoir et à utiliser les diverses dimensions de l'action – cognitives, morales et sociales. L'OCDE table sur trois catégories de compétences clés novatrices qui présupposent un large éventail de contenus scolaires et accordent aux compétences sociales et artistiques autant de valeur qu'aux compétences cognitives : c'est d'abord par les médias et les moyens cognitifs, socioculturels et physiques que les hommes entrent en contact avec le monde. Cette forme d'interaction détermine la façon dont ils interprètent le monde et y acquièrent leurs compétences. Mais cela ne suffit pas à leur assurer le succès. La globalisation ne dépend plus aujourd'hui d'abord de l'interaction entre des Etats, comme dans les siècles précédents, ou de l'interaction entre des entreprises multinationales, comme dans les dernières décennies, mais de plus en plus de la façon constructive dont les individus participent à la société du savoir. A condition qu'ils possèdent les compétences leur permettant de se positionner de manière toujours renouvelée dans un monde en constante mutation et d'agir

avec indépendance et responsabilité. De prendre part à différents domaines de vie, de les façonner, de reconnaître leurs droits, intérêts, limites et besoins et d'en prendre la responsabilité. Et d'utiliser ces compétences pour donner à leurs plans et leurs projets individuels un cadre de référence plus large. Enfin, les individus doivent être en mesure de nouer des relations solides, de coopérer et de travailler en équipe, de gérer les conflits et de s'engager de façon constructive dans des sociétés multiculturelles et pluralistes. L'hétérogénéité croissante n'est pas un problème, mais une force pour la société du savoir.

Il va de soi que ce genre de clauses normatives doivent être évaluées en fonction de la réalité. Si, comme nous l'avons dit en introduction, nous partons de l'idée que, dans un monde globalement connecté, tous les travaux qui sont numérisables peuvent être disponibles partout dans le monde – et vu le niveau actuel des salaires, cela signifie souvent hors d'Europe –, alors nous devons nous demander à l'inverse, quels champs d'activité restent ouverts à l'Europe dans l'avenir : quels travaux ne se laissent pas délocaliser, automatiser ou externaliser sans problème ? Quelles compétences sont nécessaires à ces travaux et comment les évaluer ?

Dans le domaine des trois premières catégories de compétences, l'école accorde traditionnellement beaucoup d'importance aux aptitudes analytiques permettant de décomposer les problèmes, puis de les résoudre. D'un autre côté, il devient de plus en plus évident que les grandes avancées et les changements de paradigmes importants se produisent au moment où on réussit à synthétiser divers aspects et domaines de connaissance entre lesquels il n'existe au premier abord aucune relation. On peut donner en exemple les travailleurs sociaux dans l'école, ou l'expert en ordinateur qui systématise le génome humain et le convertit en médicament avec la collaboration d'un labo-

ratoire pharmaceutique. La capacité de synthétiser différents domaines gagnera en importance car elle ne se laisse pas numériser ou automatiser sans autre.

Plus le monde du travail est complexe, plus le volume du savoir codifié augmente et plus les humains prendront de l'importance, qui non seulement comprennent la complexité, mais encore savent la traduire dans le langage d'autres spécialités et la rendent ainsi compréhensible aux autres disciplines et souvent dans un contexte local. S'y ajoute également la capacité de filtrer judicieusement les informations, de discerner les informations utiles des informations sans intérêt, etc.

A propos de la deuxième catégorie de compétences, on peut observer que dans notre société, ce ne sont pas les généralistes ni les spécialistes qui jouent un rôle décisif, mais des hommes capables de passer d'un niveau à l'autre.

Bien évidemment, les généralistes continuent d'avoir de l'importance, du fait de leur grande réserve de connaissances et de leur liberté d'action transversale. Les spécialistes aussi continueront d'être appréciés au sein de leur profession. Mais dans un monde complexe, en mutation, tout dépend de la capacité d'acquérir un savoir spécialisé dans de nouveaux contextes, d'élargir constamment son propre horizon par la formation continue, d'assumer de nouveaux rôles et de se repositionner en permanence. Dans ces circonstances, il faudrait réévaluer les résultats de la formation professionnelle allemande : la formation professionnelle duale, alternative à la formation académique, jouit d'une estime internationale parce qu'elle permet l'incorporation efficace des jeunes gens dans le marché du travail. Cependant, s'il est vrai que

le système dual manifeste d'excellentes performances en début de vie professionnelle, il recèle un risque croissant de chômage dans les dernières années de la vie active. Apparemment, les jeunes formés dans ces filières parviennent difficilement plus tard à s'adapter aux exigences du monde du travail en rapide mutation. Les raisons en sont évidentes : tout salaire honore aussi bien les aptitudes transversales que les aptitudes spécifiques à l'emploi. Lorsque qu'un emploi disparaît parce que le profil des tâches spécifiques à cette profession est devenu caduque – par exemple, suite au développement technologique –, les personnes possédant les aptitudes correspondant à ce profil se retrouvent dans une situation difficile. Même lorsqu'elles retrouvent un nouvel emploi relevant d'un nouveau domaine de tâches, le nouvel employeur ne rémunère que les aptitudes transversales tandis que les aptitudes spécifiques, inutiles dans le nouvel emploi, ne sont pas honorées, du moins elles ne se reflètent pas dans le salaire. Par rapport à la troisième classe de compétences, les réseaux complexes de relations économiques et de chaînes de distribution exigent des personnes qu'elles fassent concorder des processus complexes avec leur champ d'activité, mais aussi avec différents champs d'activité, en interaction avec d'autres personnes et groupes. De même, les compétences sociales gagnent en importance car elles permettent de personnaliser localement les processus, les produits ou les services globaux.

En ce sens, quelles que soient les performances de la Chine ou de l'Inde – en Europe aussi, les personnes jouissant d'une bonne formation auront, à l'avenir, des chances croissantes.

La voie du succès

Les systèmes éducatifs couronnés de succès démontrent qu'une amélioration systémique et profonde de la qualité de l'enseignement ne repose pas sur la multiplication des directives, mais sur leur capacité à amener les enseignants et les écoles à apprendre les uns des autres et les uns avec les autres, et à leur offrir des perspectives de développement.

On ne répond pas à la diversité par la fragmentation institutionnelle et les mécanismes de sélection, mais par la gestion constructive des différents intérêts, aptitudes et contextes sociaux. Etant donné la complexité croissante des systèmes éducatifs modernes, un seul ministre de l'éducation ne peut résoudre les problèmes de plusieurs milliers d'étudiants et d'enseignants. En revanche, les milliers d'étudiants et d'enseignants peuvent, eux, résoudre les problèmes d'un système éducatif s'ils travaillent en réseau à la solution de ces problèmes et si le système éducatif leur offre les structures interactives et les aides nécessaires.

C'est pourquoi l'école doit se transformer en une profession de gestion des connaissances où le savoir n'est pas transmis de haut en bas, où les participants s'engagent activement dans l'organisation des institutions d'enseignement et sont conscients des effets de leurs actions. Que savent véritablement les parents de ce que leurs enfants apprennent et de la façon dont ils l'apprennent ? Comment un enseignant peut-il profiter des expériences que son collègue d'à côté fait dans sa classe ? Que sait une école de la façon dont l'école voisine résout des problèmes comparables aux siens ? Quelle pourrait être la place de l'Allemagne aujourd'hui si

les réseaux de compétences étaient efficaces dans le système éducatif ? Souvent les parents voient l'école comme une « boîte noire », souvent les enseignants doivent affronter seuls les problèmes qu'ils rencontrent dans leurs classes, la plupart du temps les plans d'études, les systèmes de soutien et de retour d'information sont insuffisamment connectés.

Les systèmes éducatifs modernes doivent s'interroger : comment ne pas seulement transmettre le savoir, mais l'utiliser comme moteur de développement et d'innovation. Aucune autre entreprise ne possède un réservoir aussi important de personnes hautement qualifiées. Mais actuellement, ce potentiel n'est utilisé par les systèmes éducatifs que pour transmettre des plans d'études préfabriqués et non comme une force créatrice. Imaginons un chirurgien et un enseignant des années soixante qui feraient un voyage dans le temps jusqu'à l'année 2006. Le chirurgien qui, à l'époque, pouvait réussir individuellement avec le savoir et l'équipement acquis durant ses études, se retrouve aujourd'hui intégré dans une profession dynamique. Son poste de travail est extrêmement technicisé et il ne peut en venir à bout qu'au sein d'une équipe complexe. Le chirurgien se rendra très vite compte qu'il lui est impossible de faire ce saut de cinquante ans dans le temps. L'enseignant des années soixante, lui, s'y retrouvera probablement parce que l'école et les systèmes de stimulation et de soutien qui la sous-tendent se sont peu modifiés.

A court terme, il est possible de modifier l'école en définissant des standards d'enseignement et des mécanismes de responsabilité, mais à long terme, il faut renforcer la professionnalisation des ins-

titutions d'enseignement. Souvent les enseignants allemands démarrent avec une excellente formation initiale, mais ensuite, on les laisse se battre tous seuls dans leurs classes sans renforcer leur professionnalisation par une formation continue. Certains pays comme la France se sont surtout concentrés sur la centralisation des processus d'éducation ce qui, en fin de compte, se limite à suivre des règlements. Il se peut que ce soit une étape judicieuse pour assurer des standards minimaux et plus de cohérence dans l'enseignement, mais les participants y sont insuffisamment impliqués pour que l'ensemble progresse. L'Angleterre a réussi, grâce à des outils organisationnels centraux, à créer un champ professionnel riche dans lequel les standards de l'enseignement ainsi que les systèmes de soutien et de retour d'information sont étroitement liés au travail des enseignants. Sur le long terme, les systèmes éducatifs actuellement couronnés de succès ont pour objectifs et pour caractéristiques d'associer la professionnalisation et le savoir et de créer ainsi à la fois un environnement favorable à l'apprentissage et un lieu de travail attrayant pour les futurs enseignants. C'est ce qui distingue des pays comme la Finlande, le Japon ou le Canada qui dans l'analyse PISA se sont fait remarquer par leurs bonnes performan-

Les systèmes éducatifs couronnés de succès démontrent qu'une amélioration systémique et profonde de la qualité de l'enseignement ne repose pas sur la multiplication des directives, mais sur leur capacité à amener les enseignants et les écoles à apprendre les uns des autres et les uns avec les autres et à leur offrir des perspectives de développement.

ces d'éducation et une bonne répartition des chances de formation. Ces pays peuvent servir de modèle d'orientation à nos futurs engagements. Les défis sont importants : traditionnellement, l'apprentissage des élèves allemands suit les plans d'études, les contenus de l'enseignement sont prescrits dans le détail. La mesure de la réussite est l'accumulation du savoir disciplinaire et non l'acquisition d'un savoir flexible capable de s'adapter et la transmission de stratégies d'apprentissage efficaces, ce que justement les résultats à l'enquête PISA reflètent. Plus les individus doivent assumer de responsabilité dans la planification de leurs carrières et s'assurer économiquement et socialement, plus les écoles doivent non seulement leur transmettre le savoir nécessaire, mais aussi renforcer leurs aptitudes au changement ; équiper les jeunes gens des outils leur permettant d'utiliser et d'élargir activement leurs connaissances.

Pour ce faire, nous avons besoin d'écoles qui s'orientent moins sur les plans d'études disciplinaires que sur des objectifs éducatifs stratégiques et d'enseignants qui sachent s'engager, se montrer créatifs dans la mise en œuvre de ces objectifs et les transformer en méthodes d'apprentissage adaptées à chaque écolier en individualisant les parcours de formation et en aidant les élèves à penser et à agir de façon autonome. Ce n'est que si les attentes sont clairement formulées, exprimées en termes d'objectifs stratégiques de l'enseignement et communiquées aux décideurs ainsi qu'aux acteurs – écoles, enseignants, élèves et parents –, qu'il sera possible de stimuler la motivation. Les écoles d'Allemagne utilisent les examens et les notes en guise de contrôle, par exemple, pour certifier les performances ou pour limi-

ter l'accès à un enseignement ultérieur. A l'avenir toutefois, on aura besoin d'évaluations modernes et de feed-back motivants, capables d'inspirer confiance dans les résultats de l'apprentissage et de développer, d'individualiser et d'accompagner les parcours de formation.

Le système éducatif allemand mise sur la sélection précoce au sein d'un système formé de trois types scolaires distincts et donc sur un enseignement uniforme dans des classes d'apprentissage homogènes. Les élèves ayant des besoins spécifiques (par exemple ceux issus de l'immigration) sont souvent refoulés vers des types scolaires aux exigences moindres où l'Etat prépare les jeunes sans perspectives au chômage. Les systèmes éducatifs efficaces, en revanche, se fondent sur une gestion constructive et personnelle des différences de performances et des talents ; leur objectif est, en encourageant les élèves individuellement, de leur ouvrir des perspectives d'avenir. Les divers intérêts et aptitudes y sont perçus comme un potentiel pour la société du savoir. Enfin, en Allemagne, les enseignants et les écoles représentent souvent la dernière instance exécutive d'un appareil administratif complexe. A l'avenir, on devra mesurer la pertinence et l'efficacité de cette administration, qu'elle soit communale, régionale ou nationale, à sa capacité de soutenir les écoles dans l'accomplissement des objectifs éducatifs convenus et de produire un supplément de valeur, c'est-à-dire d'accomplir davantage que ce que l'école elle-même, comme unité autonome et pédagogique, peut accomplir. La question de savoir comment répartir les responsabilités entre l'Etat fédéral et les Länder est, dans ce contexte, inintéressante. Nous avons besoin, pour les ensei-

gnants, d'un environnement de travail dont l'attrait et le prestige ne reposent pas uniquement sur le statut de fonctionnaire, mais sur la créativité, l'innovation et la responsabilité, un environnement de travail qui se distingue par la différenciation des tâches, de meilleures perspectives de carrière, un rapport plus étroit avec d'autres champs professionnels, plus de responsabilité envers les résultats de l'apprentissage et de meilleurs systèmes de soutien.

En Allemagne, on entend souvent dire que tout cela n'est pas possible à atteindre avec les enseignants actuels et qu'il faut d'abord modifier la formation des enseignants avant de modifier les élèves. Il suffit de comparer avec l'économie pour voir l'absurdité de cette argumentation : dans les années soixante-dix, l'entreprise de téléphones mobiles Nokia, sise en Finlande, le pays vainqueur de PISA, fabriquait encore des pneus de voiture. Où serait aujourd'hui Nokia si l'on avait dit à l'époque qu'on aimerait bien travailler dans la technologie de pointe, mais que les ingénieurs en étaient incapables, qu'il fallait attendre que les ingénieurs soient à la retraite et former de nouveaux ingénieurs avant de pouvoir créer quelque chose de neuf. C'est pourtant le schéma qui prévaut aujourd'hui dans le système éducatif. D'autres Etats ont, au contraire, créé un environnement de travail avec l'école comme organisation d'apprentissage : professionnellement gérée, elle se distingue par la coopération et la com-

Plus les individus doivent assumer de responsabilité dans la planification de leurs carrières et s'assurer économiquement et socialement, plus les écoles doivent non seulement leur transmettre le savoir nécessaire, mais aussi renforcer leurs aptitudes au changement.

munication internes dans des domaines comme la planification, la gestion de la qualité, l'autoévaluation et la formation continue, mais aussi par le dialogue avec l'extérieur et des groupes d'intérêts différents, surtout avec les parents.

Il est évident que les écoles modernes sont confrontées à des exigences et des contradictions extrêmes. On attend d'elles qu'elles fassent preuve d'innovation et de flexibilité et on leur laisse une marge de manœuvre croissante dans l'organisation de l'environnement d'apprentissage. Parallèlement, on attend d'elles que leurs résultats soient fiables et qu'elles limitent les risques. L'apprentissage commence à s'individualiser, par de nouvelles formes d'enseignement et par la multiplication des filières éducatives. Mais d'un autre côté, les établissements d'enseignement doivent se transformer en organisations connectées en réseau et assurer l'égalité des chances. Les compétences interpersonnelles jouent un rôle de plus en plus important, mais la plupart du temps, seules sont certifiées les performances individuelles de chaque élève.

On continue d'avoir recours aux performances cognitives pour mesurer les résultats des processus éducatifs alors qu'aujourd'hui, les parents ont vis-à-vis de l'école de plus en plus d'attentes qui dépassent l'apprentissage cognitif. Pourtant, l'expérience de nombreux Etats – et également de nombreuses écoles allemandes – montre qu'il est tout à fait possible, en peu de temps, d'élever la qualité des performances éducatives et d'équilibrer les chances de formation.

La Chine et l'Inde vont continuer de renforcer l'éducation et elles ont un avantage décisif : elles peuvent profiter des expériences du monde occidental. Il est

relativement évident pour ces pays que, dans quelques années, ils acquerront nombre des compétences caractérisant aujourd'hui la vie en Allemagne et en Europe. Pour les pays européens qui, pendant des siècles, ont été à la pointe du développement en matière de politique de l'éducation, le futur reste incertain. Ils ne résisteront que s'ils parviennent à conquérir l'avenir et tous ses impondérables. Il est nécessaire pour cela de développer des perspectives stratégiques de réforme de l'éducation allant au-delà d'une simple optimisation des systèmes existants et de réfléchir au renouvellement des facteurs sur lesquels reposent nos systèmes éducatifs. Autant d'exigences dont le discours politique sur l'éducation reste, en Allemagne et dans nombre d'autres Etats européens, très éloigné, malgré toutes les réformes.

Andreas Schleicher est statisticien et chercheur dans le domaine de l'éducation ; il dirige à l'OCDE la section des indicateurs et des analyses au département de l'éducation. Il est coordinateur du Programme International pour le Suivi des Acquis des élèves (enquêtes PISA). De 1993 à 1994, il a travaillé pour l'International Association for Educational Achievement aux Pays-Bas. En 1994, il est devenu chef de projet au Centre pour la recherche et l'innovation dans l'enseignement (CERI) de l'OCDE à Paris. A partir de 1995, il y a organisé les enquêtes PISA.

ETUDIER SANS FRONTIÈRES ? Faire ses études sans tenir compte des frontières, voilà qui relevait de la fiction jusqu'à présent. La Déclaration de Bologne et le Processus de Lisbonne ont constitué les premières étapes dans la création d'un espace européen de l'enseignement supérieur où les établissements pourraient se comparer en toute transparence. On est loin cependant d'une mobilité estudiantine au fonctionnement parfait.

Franziska Muche



Dans les cercles bruxellois, 2010 est un chiffre magique, presque un mantra : d'ici à 2010, les réformes de Bologne devraient être bouclées ; d'ici à 2010, l'Europe devrait « devenir l'économie de la connaissance la plus compétitive et la plus dynamique du monde », et l'éducation européenne « une référence de qualité mondiale ». Au fur et à mesure, les superlatifs ont été subrepticement escamotés – aujourd'hui il n'est plus question que de devenir une économie de la connaissance compétitive et dynamique. Et on ajoute également qu'il est déjà trop tard pour atteindre ces objectifs.

Même si leur réalisation est peu probable, les mantras sont quelquefois nécessaires et importants, d'autant plus qu'il s'agit

d'un domaine où les institutions européennes ne disposent que de compétences limitées et où il faut souvent faire preuve de beaucoup de diplomatie pour faire bouger les choses. Un tel mantra est singulièrement « pratique » comme préface et argument aux mises au concours, aux propositions de projets, aux programmes, etc. Dans ce sens, il ne manque pas d'intérêt – bien que tout le monde sache que les auteurs des objectifs concrets se sont peut-être un peu faits mousser (consciemment ?). L'éducation ne constitue qu'une partie de l'autre programme européen, le Processus de Lisbonne dont les motivations d'arrière-plan relèvent de la politique de l'emploi et de l'économie, ainsi que du positionnement de l'Europe dans le monde. L'éducation doit contribuer à améliorer la position de cette dernière : elle se doit d'acquérir une haute qualité, devenir plus efficace, accessible à tous et un pôle d'attractivité mondiale.

Que se passe-t-il en réalité sur le territoire de l'euro ? Jusqu'à quel point l'intégration progresse-t-elle dans le domaine de l'enseignement supérieur et quels en sont les effets sur les structures de mobilité ? On peut observer deux évolutions principales :

D'abord, le domaine de l'enseignement supérieur s'est profondément transformé depuis l'adoption de la Déclaration

de Bologne en 1999. A noter également le changement croissant de mentalité qui accompagne les changements objectifs – on s'éloigne d'une simple « mentalité d'échanges » pour adopter une « mentalité de Bologne » de structures communes.

Ensuite on assiste à un glissement dans les processus de Bologne et de Lisbonne : alors qu'au début, ils mettaient l'accent sur l'euro-péisation de l'enseignement supérieur et sur l'encouragement à la mobilité, ils insistent aujourd'hui sur les réformes de structures.

En route vers Bologne

Le processus de Bologne est souvent présenté comme un processus d'intégration européen de l'enseignement supérieur et de ce fait, souvent assimilé aux institutions européennes – dont l'appellation générique est « Bruxelles ». Ce qui donne souvent lieu à plusieurs malentendus :

Cela fait un petit bout de temps que Bologne a dépassé les frontières de l'UE. Dans l'intervalle, aux 29 Etats signataires du début se sont alliés 45 autres Etats – parmi eux la Russie, la Géorgie et le Vatican dont le ralliement signifie que l'ensemble des Hautes Ecoles catholiques fait partie désormais du processus de Bologne.

A vrai dire, les institutions européennes n'ont rien à voir avec le processus de Bologne : dans le domaine de l'éducation, les Etats membres ont pratiquement toutes les compétences. Bologne est un processus intergouvernemental – du point de vue de Bruxelles, il s'agit d'un processus « bottom-up », même si les établissements universitaires eux-mêmes le considèrent souvent comme « top-down » – puisque

c'est le niveau gouvernemental qui le déclenche.

Bologne n'est qu'une charpente. Ainsi il ne réglemente pas l'introduction de programmes de « bachelor » sur trois ans ou de filières de « master » sur deux ans. Il appartient à chaque Etat membre de déclarer obligatoire ce genre de réglementation, mais il peut également ne pas le faire.

Tout a commencé par la ratification de la Déclaration – de la Sorbonne en 1998, de Bologne en 1999. Grâce à un agenda clairement établi (d'ici à 2010) et des conférences régulières par la suite (Prague, Berlin, Bergen et, en 2007, Londres), Bologne s'est transformé en un processus aux objectifs et aux éléments explicites. Bologne poursuit un programme interne et un programme externe : d'une part, certainement l'intégration européenne de l'enseignement supérieur et une meilleure préparation des étudiants au marché européen, d'autre part, une attractivité accrue de l'enseignement supérieur européen dans le monde entier.

Pour atteindre ces objectifs, on mise sur toute une série d'éléments : le plus connu est sans aucun doute l'unification des diplômes selon les trois niveaux du bachelor, du master et du doctorat. Parallèlement, on introduit le « Système européen de transfert et d'accumulation de crédits » (ECTS), le « Supplément au diplôme », une meilleure reconnaissance réciproque des prestations d'étude et l'encouragement de l'assurance qualité et de l'accréditation à différents niveaux. La combinaison de tous ces éléments devrait garantir plus de transparence, de qualité et de confiance mutuelle dans l'enseignement supérieur. L'objectif le plus important, surtout depuis la dernière conféren-

ce ministérielle de Bergen, est de créer un cadre européen des qualifications au sein duquel ces éléments permettront de définir des points de référence, basés sur les résultats d'apprentissage.

Où en sont les différents pays et universités d'Europe dans le processus de Bologne ? Le rapport de tendance, édité tous les deux ans, accompagne son évolution. Les dernières données datent du printemps 2005. Voici ce que distinguent le rapport de tendance et d'autres études sur le processus de Bologne :

- Presque tous les pays ont au moins commencé à introduire un système bachelor-master. La situation présente varie en fonction des pays : ainsi le processus est clos aux Pays-Bas et en Norvège alors qu'il ne fait que débiter en Espagne ou en France ;
- La plupart des établissements de l'enseignement supérieur utilisent les ECTS et proposent un supplément au diplôme ;
- Les standards de qualité européens, le registre européen des organismes d'assurance de la qualité et un « label de qualité » européen sont en projet ;
- 36 des 45 Etats signataires ont ratifié la Déclaration de Lisbonne sur la reconnaissance des qualifications de l'enseignement supérieur au sein de l'espace européen ;
- Les établissements de l'enseignement supérieur se sont approprié la réforme : en comparaison avec les études antérieures, Bologne n'apparaît plus comme « imposé d'en haut » ;
- Bien que, dans plusieurs cas, les réformes aient servi à résoudre des problèmes préexistants, il existe encore de nombreuses possibilités inutilisées (par exemple, tout simple-

ment donner une autre appellation aux périodes d'étude) ;

- Souvent le manque d'autonomie des établissements d'enseignement supérieur et le manque de moyens financiers font obstacle à l'application des réformes.

Tout bien considéré, les programmes de réforme semblent se concentrer : dans les milieux bruxellois, on parle de moins en moins de Bologne et de plus en plus du programme « Education et formation 2010 », la contribution de l'éducation à la Stratégie de Lisbonne ou aux réformes de l'enseignement supérieur.

Quelle est la place de la mobilité dans tout ceci ? L'encouragement à la mobilité est fondamentalement l'un des objectifs et l'une des « lignes d'action » du processus de Bologne. Quelques-unes des réformes structurelles devraient faciliter la mobilité entre les différents pays et établissements supérieurs européens ainsi que vers l'Europe, par exemple : diplômes comparables, prestations d'étude transférables grâce aux ECTS, meilleure reconnaissance des prestations d'étude et supplément au diplôme.

L'objectif d'une mobilité accrue contredit cependant une inquiétude souvent exprimée : que la mobilité passagère puisse pâtir de filières d'études à l'organisation de plus en plus rigide. Les considérations qui suivent sont consacrées à la mobilité étudiante dans l'UE et à l'impact du processus de Bologne sur cette mobilité.

Où l'Europe étudie-t-elle ?

La mobilité étudiante a déjà une longue histoire dans l'UE : les premières initiatives remontent aux divers accords sur la reconnaissance des prestations

d'étude et des diplômés des années cinquante. La création du Programme Erasmus en 1987 est un tournant qui a donné un nouvel élan à la mobilité estudiantine. A l'origine, son objectif était de pousser dix pour cent de tous les étudiants d'Europe à partir étudier à l'étranger pour une durée limitée. Souvent on parle du Programme Erasmus comme d'une « provocation systémique » : la nécessité de se préoccuper de l'intégration des étudiants provenant des divers pays d'Europe – ainsi que de la reconnaissance et du transfert de leurs prestations d'étude – a ouvert la voie aux futures réformes structurelles exigées par le processus de Bologne. Parallèlement aux initiatives européennes, plusieurs acteurs nationaux ou régionaux se sont engagés pour favoriser la mobilité estudiantine – par des programmes de bourses et d'échanges, la promotion des établissements de l'enseignement supérieur, etc.

Combien d'étudiants « internationaux » existe-t-il en Europe ? Qu'en est-il de la mobilité intraeuropéenne ? Combien de non Européens choisissent le continent comme lieu de leurs études ? Des questions pertinentes auxquelles, malheureusement, on ne peut répondre.

Il convient tout d'abord de différencier entre diverses formes de mobilité :

- La mobilité intraeuropéenne et entre des Etats tiers et l'Europe : la première est intéressante dans le contexte de l'intégration de l'enseignement supérieur, l'intérêt de la seconde réside dans l'attractivité de l'ensemble de l'espace européen de l'enseignement supérieur.
- « free mover » et mobilité organisée : la première désigne les étudiants qui se déplacent pour des motifs indivi-

duels, la seconde la mobilité dans le cadre des programmes d'échanges et de bourses, des accords bi- et multilatéraux, des programmes de doubles diplômés, etc.

- Mobilité verticale et horizontale : la première désigne la mobilité concernant des programmes d'étude entiers avec pour objectif d'acquérir un diplôme, la seconde une mobilité limitée dans le temps, sans diplôme à l'étranger.

Quelles données a-t-on sur la mobilité estudiantine en Europe ? Que peut-on dire sur les différentes « catégories de mobilité » ? En 2004/2005, l'Academic Cooperation Association (ACA) a, de concert avec l'International Centre for Higher Education Research (INCHER), effectué une étude sur la mobilité estudiantine dans 32 pays européens¹. L'étude, Eurodata, est une première tentative de rassembler toutes les données européennes sur la mobilité et d'en donner une vue d'ensemble. Ce qui n'est hélas pas toujours possible car les données existantes sont difficilement comparables entre elles.

Les différents Etats membres de l'UE usent de méthodes différentes pour définir et mesurer la mobilité de leurs étudiants, le nombre d'internationaux et d'étrangers. Parfois ils tiennent compte de la mobilité effective des étudiants (c'est-à-dire du pays où ont été acquises les qualifications précédentes), parfois ils s'attachent à la nationalité ; parfois ils incluent la mobilité dans le cadre de programmes organisés, parfois non. Les divergences sont en partie très sérieuses : la part des étudiants étrangers qui, avant de commencer leurs études, vivent déjà dans le pays où ils vont étudier, c'est-à-dire la part des « Bildungsinländer », ces citoyens

étrangers ayant fait leurs écoles dans le pays, atteint 40 pour cent. S'y ajoute un nombre important d'étudiants titulaires d'un passeport du pays mais ayant vécu à l'étranger avant de commencer leurs études – donc « mobiles ». Dans la plupart des cas, il n'existe pas de données spécifiques sur les étudiants de bachelor et de master : ces derniers sont englobés dans la même « catégorie de niveau d'étude ». Selon toute probabilité également, les étudiants se déplaçant pour de brèves périodes ne sont pas comptabilisés dans les statistiques.

Une étude de l'ACA² fournit une vue d'ensemble des données livrées par Eurostat, l'OCDE et l'UNESCO ; elle examine de près une série de pays sur lesquels existe un ensemble de données relativement complet ; et elle souligne les difficultés de réunir des chiffres sur la mobilité. Au niveau de l'ensemble de l'Europe, on ne peut donner de statistiques que sur le nombre des étudiants étrangers, donc des détenteurs de passeports étrangers (seuls dix des 32 pays examinés rassemblent des données sur la mobilité des étudiants au sens strict).

Voici quelles sont les tendances qui se dessinent :

- Il y a plus de deux millions d'étudiants étrangers dans le monde entier ;
- Près de 1,1 million d'entre eux étudient dans les 32 pays européens examinés, 54 pour cent ne sont pas européens.
- La France, l'Allemagne et la Grande-Bretagne sont les pays convoités par 60 pour cent de tous les étudiants internationaux.
- Au total, 575 000 étudiants des 32

pays européens examinés font leurs études à l'étranger (trois pour cent). 80 pour cent d'entre eux étudient dans un autre pays européen, 13 pour cent aux Etats-Unis. Les pays cibles de la plupart des étudiants européens (près de 40 pour cent en tout) sont l'Allemagne et la Grande-Bretagne. Ils proviennent souvent d'Allemagne, de France, de Turquie et de Grèce.

- Le groupe d'Européens le plus grand qui étudie dans un autre pays européen, vient de Grèce et d'Allemagne (pour plus de quatre pour cent) ainsi que de France (quatre pour cent).
 - Le premier groupe d'étrangers non européens est formé d'étudiants en provenance d'Asie (six pour cent pour la Chine), le second d'étudiants africains. Les groupes d'étudiants étrangers les plus importants dans les différents pays européens sont chinois et grecs en Grande-Bretagne et turcs et chinois en Allemagne.
 - 13 pays européens acceptent plus d'étudiants étrangers qu'ils n'en envoient à l'étranger : les grands pays (Allemagne, France, Espagne et Grande-Bretagne) ainsi que l'Autriche, la Belgique, la Suisse, la Tchéquie, le Danemark, la Hongrie, les Pays-Bas, le Portugal et la Suède. La Grande-Bretagne a la part la plus basse d'étudiants nationaux et étrangers pour ce qui est de leur mobilité : pour dix étudiants étrangers en Grande-Bretagne, un seul étudiant britannique part étudier à l'étranger.
- En ce qui concerne l'objectif de l'intégration européenne, ces chiffres sont plutôt une bonne nouvelle – l'Europe semble être un lieu d'études attrayant pour

les Européens. Et pour ce qui est de la force d'attraction de l'Europe comme lieu d'études, il y a une certaine satisfaction à pouvoir dire : l'espace européen de l'enseignement supérieur se place même en tête devant les Etats-Unis. En y regardant de plus près, le tableau n'est pas aussi réjouissant cependant : l'Europe qui attire véritablement se compose de trois pays, il ne peut être question de mouvements de mobilité équilibrés – ni à l'intérieur de l'Europe ni vers l'Europe.

De façon générale, on peut supposer que la mobilité suscitée par les programmes ne représente qu'une fraction de ces chiffres : la plus grande partie des étudiants mobiles sont des « free movers ». Ces dernières années, les conjectures se sont multipliées : quel serait l'impact des nouveaux diplômés de l'enseignement supérieur sur la mobilité des étudiants ? Quelle forme de mobilité s'en trouverait facilitée ? Quelle forme s'en trouverait contrariée ? C'est le sujet des développements suivants.

Etudier fait bouger

A l'automne 2001, un événement a été copieusement fêté dans les couloirs de la Commission européenne : le (ou la) millionième étudiant(e) Erasmus venait de débiter ses études à l'étranger (le traitement décentralisé des données a rendu impossible la découverte de son identité, au grand dam de ceux qui faisaient la

En y regardant de plus près, le tableau n'est pas aussi réjouissant cependant : l'Europe qui attire véritablement se compose de trois pays, il ne peut être question de mouvements de mobilité équilibrés – ni à l'intérieur de l'Europe ni vers l'Europe.

fête). On a profité de la cérémonie pour se fixer un autre objectif majestueux : atteindre le chiffre de trois millions d'étudiants Erasmus d'ici à 2010. Au vu des diverses compressions budgétaires, cet objectif semble de moins en moins réaliste – et ce n'est pas la seule raison. Dans les établissements européens d'enseignement supérieur, lors de conférences et de séminaires, les spéculations vont bon train : on ne cesse de se demander si l'abaissement de la durée d'étude et leur organisation plus rigide ne compliqueront pas les séjours à l'étranger. Plusieurs modèles sont envisagés pour contrebalancer un possible recul – séjours à l'étranger intégrés, doubles diplômes et autres.

Parallèlement, l'objectif plus ou moins ouvertement avoué des acteurs européens est d'encourager la mobilité verticale : il faudrait que les étudiants acquièrent leur bachelor dans un établissement supérieur et leur master dans un autre, si possible à l'étranger. La mobilité intraeuropéenne s'en trouverait ainsi favorisée, et il serait plus facile d'accepter l'inscription d'étudiants non européens à un haut niveau d'études.

Cette évolution ne correspond pas forcément au vœu des universités et du personnel académique : selon une étude de Alesi, Bürger, Kehm et Teichler, les établissements d'enseignement supérieur escomptent que deux tiers à 90 pour cent des étudiants bachelor poursuivent leurs études de master dans le même établissement. Cette attitude prouve premièrement que le bachelor n'est toujours pas considéré comme un diplôme de qualification professionnelle ; et deuxièmement, les bons étudiants de master (et éventuellement ceux qui prépareront un doctorat) sont bien évidemment convoités et, du

point de vue des universités et du personnel académique, ils ne devrait pas pouvoir choisir leur propre voie.

L'importance accordée à la durée des études constitue une difficulté supplémentaire : la reconnaissance des trois années de bachelor n'est pas toujours une évidence, aussi bien hors d'Europe (les Etats-Unis, par exemple) que dans les universités européennes. Dans de nombreux pays, l'introduction des réformes de Bologne a conduit, théoriquement, à une perméabilité des universités et des hautes écoles. En pratique, les exigences de contenu, souvent basées sur le profil de bachelor d'une université particulière, font obstacle à cette perméabilité. Une situation certes rassurante pour les gardiens de la qualité – mais peu favorable à la mobilité. Dans de nombreux cas, comme, par exemple, dans les discussions avec les universités américaines pour la reconnaissance des bachelors de trois ans, on assiste tôt ou tard à une survalorisation des contenus et des résultats plutôt que de la durée des études. L'Europe a encore du chemin à faire sur cette route.

De manière générale, on observe un changement graduel de mentalité : alors qu'il y a dix ans, on assimilait l'internationalisation au programme Erasmus (ce qui arrive encore dans quelques pays/universités), on l'associe aujourd'hui de plus en plus à de nouveaux thèmes. Bologne³ est l'un d'entre eux, l'accroissement de la qualité et l'attractivité internationale en sont d'autres. De plus en plus souvent, l'internationalisation est considérée par les établissements d'enseignement supérieur comme un processus structurel et intégrée dans leur profil global. La mobilité, autrefois objectif premier de l'internationalisation, n'en représente

aujourd'hui que l'un des éléments ; elle est devenue l'instrument du processus d'internationalisation.

Tout cela n'est que spéculation et discussion. Existe-t-il déjà des observations concrètes de l'impact de Bologne sur la mobilité estudiantine ? La réponse est « oui et non » : certes la DAAD a commandé une étude en 2005 pour analyser la « mobilité transnationale » dans les filières de bachelor et de master de onze pays européens. Cependant, en l'absence de chronogrammes et du fait de données insuffisantes, cette étude ne peut qu'analyser des tendances et formuler des hypothèses et non fournir des résultats concrets.

Ses conclusions font apparaître injustifiée la crainte de voir les nouvelles structures d'études exercer une influence négative sur les chiffres de la mobilité. Il n'y a qu'en Allemagne et en Hongrie que près de la moitié des personnes interrogées partagent cette crainte. Pour garantir et encourager la mobilité, on indique quelques mesures essentielles : accorder plus d'importance aux séjours à l'étranger et améliorer la reconnaissance réciproque des prestations d'étude. Contrairement aux spéculations et aux chimères de Bruxelles, deux tiers des personnes interrogées ne s'attendent pas à ce que la mobilité verticale (bachelor dans le pays, master à l'étranger) s'accroisse.

Cela signifie-t-il que la réalité est différente de ce qu'on pensait, imaginait, craignait ? Il est encore trop tôt pour répondre à cette question. Le temps y pourvoira – pour autant que les mesures pro-

La mobilité, autrefois objectif premier de l'internationalisation, n'en représente aujourd'hui que l'un des éléments ; elle est devenue l'instrument du processus d'internationalisation.

posées par l'étude Eurodata permettent d'améliorer les mécanismes de saisie des données :

- Saisie des données de la mobilité au sens strict et non uniquement de la nationalité des étudiants (en d'autres termes, faire la différence entre les « autochtones » et les « étrangers » de l'enseignement)
- Saisie complète des durées d'étude limitées à l'étranger (au moins un semestre)
- Différenciation entre étudiants bachelor et étudiants master
- Amélioration de la saisie des données pour les étudiants préparant un doctorat et d'autres filières de troisième cycle.

Ces mesures permettront de ne plus seulement formuler des hypothèses sur les mouvements de mobilité européens et sur l'influence des réformes de Bologne sur la mobilité estudiantine. Le chemin à parcourir est encore long.

Un vaste sujet, un long chemin ?

Au sein des institutions européennes surtout, le processus de Bologne est considéré comme l'instrument permettant de réaliser d'autres objectifs moins abstraits, plus orientés vers les résultats. En fait partie la Stratégie de Lisbonne qui est liée au domaine de l'enseignement et devrait renforcer le marché du travail européen. 2006 a été proclamée « Année européenne de la mobilité des travailleurs » car on considère que cette dernière ne jouit pas d'un prestige suffisant. Seuls 1,5 pour cent des citoyens de l'UE vivent et travaillent dans un autre pays membre – un chiffre qui, selon Eurostat, n'a guère changé ces trente dernières années.

Manque de motivation et d'occasions, information insuffisante ainsi que nombreux obstacles administratifs font barrage à une véritable mobilité sur le marché du travail.

La situation s'aggrave encore lorsqu'on considère la mobilité des citoyens non européens à l'intérieur du marché européen du travail. Pourtant la possibilité d'acquérir de l'expérience est de la plus grande importance pour les étudiants non européens : c'est ce qui donne véritablement de la valeur à leurs diplômes européens dans leurs pays d'origine.

En bref : il y a encore à faire sur le chantier de l'espace européen de l'enseignement. Néanmoins tout est en mouvement, beaucoup de choses ont déjà changé, les structures routinières se sont fissurées. Une nouvelle étape a été franchie ces dernières années et mois.

Théorie et pratique

Depuis la Déclaration de Bologne en 1999, l'attractivité de l'enseignement supérieur européen et sa position dans le monde sont des sujets qui occupent le devant de la scène – longtemps cependant, aucune mesure concrète n'a été prise, les pays européens étaient trop occupés à appliquer les réformes chez eux. Quant aux programmes de l'UE, excepté les quelques programmes bilatéraux avec d'autres pays et régions, ils étaient concentrés sur ce qui se passait à l'intérieur de l'Europe. Ces derniers temps en revanche, la position de l'Europe dans le monde est de nouveau passé au premier plan. La mise en place d'un groupe de travail chargé d'élaborer une stratégie concrète pour stimuler la dimension internationale du processus de Bologne est l'une des mani-

festations de cette nouvelle orientation. L'autre est le programme Erasmus Mundus, un programme de bourses bien doté permettant aux étudiants non européens d'acquérir un master auprès de deux universités européennes au moins. Son objectif déclaré est d'améliorer le profil et la position de l'enseignement supérieur de l'UE dans le monde. S'y ajoutent diverses foires européennes de l'éducation et de la formation, organisées de concert par plusieurs pays de l'UE et financées par la Commission de l'UE, un concours de l'UE pour l'élaboration d'un marketing de l'enseignement supérieur européen ainsi que diverses activités aux niveaux national et institutionnel.

Bologne dépasse de loin le cadre de l'UE et a suscité l'intérêt dans le monde entier. Citons quelques exemples :

- Les projets Tuning Latin America et 6x4 entraînent des réformes structurelles sur le modèle de Bologne dans les universités d'Amérique latine ;
- Le gouvernement australien a publié un document de consultation insistant sur l'importance pour les universités australiennes de se tenir au courant des développements de l'espace européen de l'éducation ;
- Douze pays riverains de la Méditerranée ont signé ce qu'on a appelé la Déclaration de Catane dans laquelle est formulé l'objectif de créer un espace d'enseignement supérieur euro-méditerranéen ;
- L'introduction de bachelors de trois ans dans de nombreux pays européens a provoqué aux Etats-Unis de copieus débats sur la reconnaissance de ces diplômes.

Quel est l'avenir de Bologne ? On ne sait encore si l'histoire sera celle de la di-

mension externe de Bologne ou celle d'une expansion éternelle, d'un élargissement continu du processus comme instrument et cadre de transmission pour la mobilité, la reconnaissance des prestations d'études et la compatibilité des systèmes d'enseignement supérieur. Jusqu'à présent, seuls les Etats membres du Conseil de l'Europe participent au processus de Bologne. Il est probable qu'à un moment ou un autre, ce processus atteindra ses limites géographiques et de contenu. Néanmoins Bologne a déjà franchi de nombreuses limites et ce qui, il n'y a pas très longtemps, semblait encore impossible a été réalisé. En réalité, il y a peu, évoquer le processus de Bologne et parler de « l'harmonisation de l'enseignement supérieur européen » tenait de la tentative de suicide. Au moins aujourd'hui, on ne risque plus sa vie.

Franziska Muche est cadre supérieure auprès de l'Academic Cooperation Association (ACA) à Bruxelles. L'ACA est une organisation faitière regroupant les 24 organisations académiques membres, comme le DAAD en Allemagne. L'ACA concentre son activité dans le domaine de la coopération européenne et internationale de l'enseignement supérieur et l'encouragement de l'innovation.

¹ Les 32 pays analysés comprennent les 25 Etats membres de l'UE, les quatre Etats de l'AELE, trois candidats à l'entrée (Roumanie, Bulgarie et Turquie) et la Suisse. Voir Kelo, Teichler et Wächter : EURODATA – Student mobility in European higher education, Bonn : Lemmens 2006.

² L'ACA est une organisation faitière réunissant 24 organisations nationales académiques.

³ Au sens d'encouragement à la mobilité, de compétitivité internationale et de capacité d'emploi. DAAD : juillet 2006.



Lea Linsler



VOUS PARLEZ L'EUROPÉEN ? La politique linguistique de l'UE doit gérer un ensemble complexe de langues officielles et de travail nationales et régionales – mais aussi de langues minoritaires et de migration – de manière à ne pas compromettre la cohésion de la Communauté, mais au contraire à la stimuler.

Ulrich Ammon



Le multilinguisme aurait-il précipité l'éclatement de l'Empire ottoman ou de l'Empire austro-hongrois ? Les différences de culture et de religion auraient-elles été perçues comme relevant de l'ethnie, et donc – à l'époque des nationalismes – comme irréconciliables ? Difficile de répondre avec certitude. En revanche, il ne fait aucun doute que l'hétérogénéité linguistique creuse encore davantage les clivages sociaux. Sans toujours aller jusqu'à la cassure. On peut imaginer la forme plus conciliante de l'autonomie culturelle et linguistique, comme on la rencontre aujourd'hui en Belgique et en Espagne ou en Suisse, souvent citée en exemple comme modèle de coopération et de coexistence harmonieuses.

Pour réussir, ce genre de conciliations

nécessitent en règle générale une politique linguistique prudente et réfléchie. Une politique qui devient particulièrement essentielle lorsqu'on a affaire à une communauté réunissant autant d'Etats et un nombre aussi important de langues que l'UE. Tout laisse à penser que les politiciens européens en sont conscients – contrairement à ce que suggèrent les critiques. Avant d'examiner plus précisément cette politique linguistique, voyons quelle est la situation des langues dans l'UE.

L'UE comptait en 2006 près de 457 millions d'habitants et se composait de 25 Etats membres, auxquels se sont adjoints, en 2007, deux autres Etats. Sur les 27 Etats, 23 ont une langue officielle nationale, 3 (Belgique, Finlande, Irlande) en ont deux et 1 (Luxembourg) en a trois. Parallèlement, quelques-unes des langues officielles nationales sont partagées par plusieurs Etats membres : l'allemand, l'anglais, le français, le néerlandais et le suédois. Chacune de ces langues officielles nationales de l'UE est intimement liée à sa communauté. Elle est tout d'abord un moyen de reconnaissance et de communication dans l'administration publique, en politique et à l'école, ainsi que la langue maternelle (en partie comme dialecte) d'une grande partie de la population et un symbole d'identité nationale – comme en témoignent les examens de naturalisation

dont les tests linguistiques ne sont pas uniquement motivés par la vie pratique. Il arrive – lorsqu’il existe plusieurs langues officielles nationales – que l’identité nationale soit plus particulièrement associée à l’une d’entre elles, considérée comme la véritable « langue nationale », comme au Luxembourg avec le luxembourgeois ou en Irlande avec le gaélique. Que la politique linguistique de l’UE doive tenir compte des langues officielles nationales, cela tombe sous le sens.

Langues officielles nationales et régionales

Apparentées aux langues officielles nationales par leur statut, ces langues officielles régionales qui ne sont pas langues officielles et scolaires dans l’ensemble de l’Etat, mais seulement sur un territoire culturellement et linguistiquement autonome. Les langues officielles régionales débordent souvent les frontières, et changent de statut ce faisant. Ainsi l’allemand : dans le Haut Adige il est langue officielle régionale, en Autriche il est langue officielle nationale et en France, il est parlé par une minorité et n’a aucun statut officiel. Le fait que divers Etats soient liés par la même langue renforce encore la complexité de la situation linguistique de l’UE.

Par ailleurs, excepté pour les migrants, de nombreuses langues se limitent à un seul Etat : ainsi le finnois, le letton ou le tchèque. Il y a même des langues qui sont limitées à une région d’un Etat. Ainsi des langues officielles régionales comme le galicien en Espagne. Mais la plupart du temps, ce sont des langues minoritaires sans statut officiel. Comme, par exemple, le sorabe et le bas allemand dont la dif-

fusion est limitée à l’Allemagne. A côté de cela, il existe en Allemagne d’autres langues minoritaires comme le danois, le frison et le romani (dont l’appellation antérieure de « gitan » n’est aujourd’hui plus acceptable politiquement), mais elles sont toutes parlées dans au moins un autre Etat de l’UE. Le frison est souvent divisé en trois langues différentes : le frison occidental, le frison oriental et le frison du Nord. Les deux derniers sont cantonnés à l’Allemagne. L’exemple du bas allemand fait de plus apparaître qu’il n’est pas toujours facile de faire la différence entre une langue (autonome) et un « simple » dialecte. Nombreux sont les Allemands à penser que le bas allemand est une forme dialectale de la langue allemande, mais il est aujourd’hui officiellement reconnu, par l’UE aussi bien que par l’Allemagne, comme une langue autonome, n’appartenant pas à la langue allemande.

Langues de migrants et d’immigrants

A côté des anciennes langues locales (autochtones), il existe un grand nombre de nouvelles venues. Partout dans l’UE, dans des proportions certes diverses, vivent des migrants et des immigrants, dont la majeure partie parle – chez eux et avec leurs concitoyens – la langue qu’ils ont amenée avec eux. Les scientifiques sont à peu près d’accord sur le nombre des langues autochtones présentes dans l’UE. Plusieurs recensements convergent : il y en aurait près de 70. En ce qui concerne les langues allochtones (celles des migrants et des immigrants), les chiffres tiennent du jeu de hasard et divergent fortement selon que l’on part d’un nombre minimum de locuteurs ou que l’on s’attache à leur récurrence et aux domaines où elles

sont parlées. Selon les critères des recensements, elles se chiffrent par centaines. Quelques-unes cependant se font remarquer par leur nombre et leur diffusion, le turc surtout. Il va de soi que, dans sa politique linguistique, l'UE ne peut ignorer ces langues allochtones, d'autant moins que leurs locuteurs se sentent déjà défavorisés. Elle leur accorde toutefois des droits moins étendus qu'aux langues autochtones parce que – tel est en général le motif allégué – les migrants et les immigrants ont librement choisi de s'installer dans leurs lieux actuels de résidence et que, dès le début, ils savaient qu'ils devraient s'adapter, au moins partiellement, à une nouvelle langue.

La politique linguistique de l'UE doit ainsi démêler un écheveau complexe d'intérêts divergents et rééquilibrer le tout de façon à ce que la cohésion de la communauté ne soit pas mise en péril, que le travail des institutions de l'UE et leur collaboration avec les Etats membres conserve son efficacité et que le droit légal des citoyens à traverser les frontières et le développement d'une opinion publique européenne soit aussi peu que possible entravés par les barrières linguistiques. A première vue, ces objectifs semblent tellement inconciliables qu'on est tenté de recourir à la comparaison éculée de la quadrature du cercle. Ce serait cependant une erreur, car si la tâche est colossale, elle n'est pas insoluble. J'aimerais évoquer ici quelques-uns des points forts de cette politique, qui ressemblent parfois à des dilemmes.

Maintenir le multilinguisme

L'UE insiste, dans presque toutes les déclarations de politique linguistique,

sur l'importance de préserver le multilinguisme. L'Année européenne des langues, lancée en 2001 par l'UE et le Conseil de l'Europe, s'était donné pour objectif de faire prendre conscience de cette importance. Là encore, les langues autochtones occupaient le premier plan, même si de nombreuses langues allochtones sont beaucoup plus menacées, les plus menacées étant les langues minoritaires. Mais il se peut qu'il soit encore plus important pour la cohésion de l'UE que sa défense du multilinguisme soit perçue comme une reconnaissance des langues officielles et majoritaires. En effet, aussi paradoxal que cela paraisse, les locuteurs de maintes grandes langues sont ceux qui éprouvent la plus grande peur de se voir évincer.

On en trouve des exemples surtout en France et en Allemagne. Dans ces deux pays sévit la hantise de voir l'évolution politique et économique, mais aussi la politique linguistique de l'UE, conduire à l'éviction de sa propre langue. Il ne s'agit pas de la peur de voir sa propre langue, le français ou l'allemand, disparaître, au moins chez les gens de bon sens, mais de la hantise de voir la position de sa langue s'affaiblir – entraînant des conséquen-

Il ne s'agit pas de la peur de voir sa propre langue, le français ou l'allemand, disparaître, au moins chez les gens de bon sens, mais de la hantise de voir la position de sa langue s'affaiblir – entraînant des conséquences négatives durables pour son propre pays.

ces négatives durables pour son propre pays.

La peur d'une perte de statut

Depuis un siècle déjà, la France voit la position de sa langue dans le monde menacée par la concurrence de l'anglais. Maintenant elle craint pour la position du français en Europe, surtout depuis que la Grande-Bretagne et l'Irlande sont devenues membres de l'UE (adhésions en 1973). Auparavant, la prééminence du français dans les institutions de l'UE était incontestée. Peut-être le double veto de la France contre l'adhésion à l'UE de la Grande-Bretagne s'explique-t-il aussi par ses craintes pour sa langue. En tout cas, pour les employés de l'UE c'est un secret de Polichinelle que le président français de l'époque, Georges Pompidou, a arraché au Premier ministre britannique Edward Heath, lors de l'entrée de son pays, la promesse que les employés britanniques de l'UE devraient posséder des connaissances de français. Cela n'a pas empêché l'anglais de s'ériger rapidement en langue de travail dans les institutions de l'UE, et l'adhésion des pays scandinaves, mais aussi des pays d'Europe de l'est, a tellement renforcé la position de l'anglais que la France s'inquiète pour sa propre langue.

Il est caractéristique que la France ait conclu avec l'Allemagne en juin 2000 une sorte de pacte linguistique par lequel les deux pays s'engageaient à soutenir réciproquement leurs deux langues dans les institutions de l'UE. Il y est plus spécialement question de « difficultés concernant l'interprétariat » lors de « rencontres informelles », pour lesquelles les ministres des deux pays devraient s'efforcer de

trouver une solution satisfaisant les deux parties. Les ministres de l'Intérieur de France et d'Allemagne, Hubert Védrine et Joschka Fischer, ont fait échouer en 2001, par leur opposition commune, la proposition du vice-président de la Commission, Neil Kinnock, voulant que, dorénavant, les documents de travail destinés aux délibérations soient rédigés en anglais.

La directive commune avait été précédée (sous la présidence du Conseil de la Suède, au printemps 2000) par une décision : les discussions d'experts informelles ne devraient plus être traduites en allemand. L'Allemagne donna son accord, mais à une condition : que soit utilisée dans ces séances une seule langue de travail, ce que la majorité accepta. Comme il fallait s'y attendre, l'anglais fut choisi comme langue de travail.

La démarche de l'Allemagne était au fond une manœuvre habile dans la querelle persistante concernant la position de la langue allemande dans les institutions de l'UE. Elle a commencé avec les tentatives du gouvernement chrétien-libéral de Kohl (dès 1982) de renforcer cette position, alors que les gouvernements allemands précédents avaient accepté la préséance du français et plus tard celle de l'anglais. La réunification de l'Allemagne (1989) et, plus tard, l'adhésion de l'Autriche (1995) ont servi de base à un renforcement de la position de l'allemand. En 1993, la Commission a proclamé l'allemand troisième langue de travail interne à la Commission, à côté du français et de l'anglais. A vrai dire ce statut n'a pas été suivi d'effet et sa fonction ne lui a jamais correspondu : dans la pratique, l'allemand a continué de jouer un rôle accessoire comme langue de travail. Mais dans d'autres domaines aussi, les

efforts des gouvernements allemand et autrichien pour renforcer la langue allemande dans les institutions de l'UE ont eu peu de succès. Aucun tour de force n'y a rien changé : pour preuve le boycott par l'Allemagne et l'Autriche des rencontres ministérielles informelles où la Finlande, au début de sa présidence à l'automne 1999, n'avait pas offert d'interprètes pour l'allemand. Certes on a réussi à imposer l'interprétariat, mais cela n'a été suivi d'aucune autre amélioration.

Pour les institutions de l'UE, la question linguistique est réglée par l'ordonnance No 1 du Conseil de 1958, à laquelle s'ajoutent des langues supplémentaires au fur et à mesure de l'adhésion de nouveaux Etats. Chaque Etat peut lui-même choisir lesquelles de ses langues nationales seront à la fois « langues officielles et langues de travail » de l'UE. Sont publiés dans ces langues les « ordonnances et actes d'intérêt général » et le journal officiel, et elles bénéficient d'interprètes lors des débats et réunions formels du Parlement et du Conseil européens. Autrement, l'article 6 de l'ordonnance No 1 permet aux différents organes de « fixer dans leurs règlements intérieurs les modalités d'application du règlement sur la question linguistique » ; c'est sur la base de ce dernier qu'on distingue les langues de travail (proprement dites) des (simples) langues officielles, non utilisées dans les délibérations. Cette distinction et l'appartenance aux langues de travail sont depuis longtemps au centre de la querelle des langues à l'UE.

L'Italie, l'Espagne et, à l'occasion, la Hollande ont également revendiqué pour leurs langues le statut de langue de travail. A Alicante, les deux premiers pays ont d'ailleurs obtenu un certain succès

auprès de l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur, qui s'est ainsi pourvu de 5 langues. De plus, en formulant simultanément les mêmes exigences pour leurs langues, l'Italie et l'Espagne ont fait échouer les efforts analogues des pays germanophones : satisfaire à ces exigences auraient en effet rendu tout travail inefficace. Sans compter que l'appareil d'interprétariat et de traduction de l'UE est le plus important et le plus cher du monde (près de 1650 traducteurs permanents et de nombreux traducteurs libres ainsi que 500 interprètes permanents et 2700 interprètes libres pour l'année 2006).

Les langues de travail de l'UE

A quoi tient ce très grand désir de voir accorder à sa propre langue le statut de langue de travail ? Vraisemblablement à l'hypothèse, non infondée, que les langues de travail de l'UE seront les langues du futur gouvernement de l'Europe en marche et que leur importance dépassera alors de loin le cadre du gouvernement. A ce statut sont associés des avantages pratiques de communication pour ceux dont elles sont les langues maternelles. Mais c'est tout autant une question de prestige – et de ses probables conséquences. En particulier, ce statut pourrait déterminer à l'avenir les décisions d'autres pays sur les programmes d'enseignement des langues à l'école ou le choix des langues étrangères des apprenants. Il y a de grandes chances que les langues du gouvernement de l'UE ou d'une Europe unie, quelle que soit sa forme, soient apprises dans le monde entier. Et pour un pays particulier, que sa propre langue soit apprise comme langue étrangère dans le

monde entier, constitue sans aucun doute un avantage. Ainsi les contacts, également économiques, des pays germanophones avec l'étranger dépendent pour une grande part des personnes qui ont appris l'allemand comme langue étrangère. Le nombre de ces personnes pourrait considérablement diminuer si l'allemand perdait de son importance en Europe à l'avenir, d'autant que l'allemand – comme d'ailleurs l'italien – ne jouit pas, hors de l'Europe, du statut de langue nationale officielle, au contraire de l'anglais, du français ou de l'espagnol. Le statut de langue de travail de l'UE représente donc un enjeu passablement important pour l'allemand.

L'anglais comme lingua franca ?

Ces conflits ne sont pas près de trouver une solution. D'autant moins que les Etats membres les plus petits, qui n'ont aucune chance de voir leurs langues accéder au statut de langues de travail, tendent à favoriser l'institution d'une seule langue de travail (l'anglais), ce qui leur faciliterait la vie. Une décision tranchée est formellement impossible en ce moment, non seulement parce que l'ordonnance No 1 sur la question des langues ne peut être modifiée que par l'ensemble du Conseil, mais aussi parce qu'une telle

On ne sait pas encore si, à côté de l'anglais, d'autres langues conserveront à la longue une position de langues de travail de l'UE ou joueront un rôle transnational de lingua franca.

décision mettrait certainement l'UE en péril. En fin de compte, l'UE n'a peut-être qu'une seule option de politique linguistique – ce qui explique qu'elle refuse envers et contre toute critique de l'abandonner : calmer le jeu en invoquant continuellement le maintien du multilinguisme tout en renonçant à régler précisément la question des langues de travail. Politiquement l'UE ne peut donc guère influencer directement sur la formation d'une lingua franca commune à l'UE.

On ne sait pas encore si, à côté de l'anglais, d'autres langues conserveront à la longue une position de langues de travail de l'UE ou joueront un rôle transnational de lingua franca. Tous les Etats membres ont, par leur politique scolaire, favorisé la primauté de l'anglais en Europe ; partout, soit l'anglais est la première langue étrangère désignée soit il est possible de le choisir comme première langue, ce dont les écoliers font activement usage. Le fait qu'à l'avenir, l'anglais sera encore plus largement connu va non seulement renforcer son rôle de lingua franca, mais aura probablement encore davantage d'effet sur les langues de travail de l'UE.

Les conflits autour des (simples) langues officielles de l'UE n'ont pas la même intensité ; tout au plus cette question déclenche-t-elle occasionnellement quelques hochements de tête comme, par exemple, lorsque Malte a exigé ce statut pour le maltais et, quelques années plus tard, l'Irlande pour l'irlandais, alors que les deux états sont capables de communiquer sans problème en anglais. Malgré les coûts d'interprétariat et de traduction, ce statut leur a été accordé – avec le secret espoir que le Luxembourg ne se mêlerait pas de l'exiger pour le luxembourgeois.

La Charte européenne des langues régionales ou minoritaires

Les discussions sur le statut d'une langue officielle nationale relèvent des affaires intérieures des Etats membres. Mais de temps à autre, elles affectent également l'UE, comme pour le catalan, auquel on a accordé certains droits spéciaux au niveau de l'UE, à cause du nombre de personnes le parlant – plus important que pour quelques-unes des langues officielles de l'UE. Par ailleurs, les conflits entre les langues officielles nationales dans les Etats plurilingues, comme en Belgique surtout entre le flamand et le wallon, ne relèvent pas non plus des compétences de l'UE.

D'une certaine façon, ce n'est qu'à l'autre bout de la hiérarchie des statuts, au niveau des langues minoritaires, que l'UE intervient, en appelant ses Etats membres à les protéger. Car entretenir le plurilinguisme prend une signification primordiale face aux langues minoritaires. La plus importante mesure prise a été la Charte européenne des langues régionales ou minoritaires (entérinée en 1992, entrée en vigueur en 1998), adoptée conjointement par l'UE et le Conseil de l'Europe. Elle contient une liste étendue de 39 droits concernant les langues, comme l'emploi à l'école, dans les médias ou devant les tribunaux, dont les Etats membres doivent garantir un nombre minimum. Cependant, en 2006, seuls 8 Etats membres avaient ratifié la Charte, parmi eux l'Allemagne. La France a réagi à la Charte en modifiant sa Constitution, qui déclarait que le français était la langue de la République et rendait la Charte et la Constitution inconciliables (comme l'a fait remarquer le Conseil Constitu-

tionnel du 15.6.1999). La France a – sous l'influence de la Charte – accordé plus de droits à ses langues minoritaires, surtout celui d'instaurer des écoles bilingues. Enfin, l'UE et le Conseil de l'Europe se sont engagés en faveur des langues minoritaires allochtones et ont appelé leurs Etats membres à leur témoigner du respect et à en tenir compte. – Ces mesures ont accru la conscience des langues minoritaires et renforcé les droits de leurs locuteurs. Il n'empêche qu'on ne sait pas encore quelles sont leurs chances de maintenir ou même d'étendre leur usage.

Ulrich Ammon est professeur de linguistique allemande (spécialité sociolinguistique) à l'Université de Duisburg-Essen. Il a été professeur invité aux Etats-Unis, en Australie, au Japon et en Autriche. Parmi ses publications les plus importantes : *Dialekt, soziale Ungleichheit und Schule*, 1972 ; *Die internationale Stellung der deutschen Sprache*, 1991 ; *Die deutsche Sprache in Deutschland, Österreich und der Schweiz*, 1995 ; *Ist Deutsch noch internationale Wissenschaftssprache ?*, 1998 et – en collaboration avec Hans Bickel et Jakob Ebner, entre autres – *Variantenwörterbuch des Deutschen. Die deutsche Sprache in Österreich, der Schweiz und Deutschland sowie in Liechtenstein, Luxemburg, Ostbelgien und Südtirol*, 2004. Ces dernières années, il s'est davantage intéressé aux questions de politique linguistique, par exemple avec le volume *Sprachförderung. Schlüssel auswärtiger Kulturpolitik*, 2000.

HEUREUSE BABEL La pluralité des langues en Europe n'est pas une malédiction, elle est la condition absolue pour que notre futur ne soit pas la copie conforme de notre présent.

Etienne Barilier



L'Europe aime à penser que la Suisse est le pays du plurilinguisme actif et triomphant, et que tous les Suisses sont à l'aise dans toutes les langues de leur pays. Et l'Europe se dit peut-être que la Suisse, à cet égard, est un modèle dont elle pourrait s'inspirer. Car ce qui assure la cohésion de l'Helvétie, n'est-ce pas la capacité de ses citoyens à franchir la barrière des langues ? Et n'est-ce pas cette même capacité qui est requise des citoyens européens s'ils veulent éprouver le sentiment d'une appartenance commune ?

Hélas, il faut s'entendre sur le plurilinguisme de l'Helvétie : La Suisse parle quatre langues, c'est vrai ; mais les Suisses n'en parlent souvent qu'une, et pas toujours trop bien. Ce n'est pas par incapa-

cité. Les blocages sont d'ordre affectif ; les ignorances sont volontaires : le Suisse romand refuse de parler la langue du Suisse alémanique, majoritaire donc potentiellement dominateur ; le Suisse alémanique, s'il accepte de parler français, répugne souvent à répondre en hochdeutsch au Suisse romand qui croit lui faire plaisir en balbutiant trois mots dans la langue de Goethe : parler en hochdeutsch à un Suisse alémanique, c'est comme lui parler sans le regarder.

Ces ignorances volontaires et ces mécontentes entretenues sont, d'une certaine manière, constitutives de la Suisse. La Confédération, il ne faut pas l'oublier, est le fruit d'une union d'indépendances, et d'indépendances qui ne s'unissent que pour demeurer ce qu'elles sont. En d'autres mots, la Confédération est un pacte qui garantit à chacun des contractants le droit et le luxe d'être différent des autres ; le droit et le luxe de ne pas s'adapter à l'autre, de ne pas le comprendre et de ne pas se faire comprendre de lui. La ressemblance que se reconnaissent tous les Suisses, c'est leur droit commun à se tourner réciproquement le dos. L'Etat suisse existe malgré la surdité réciproque de ses diverses composantes, et dans une certaine mesure grâce à elle. L'Etat, et même la nation. Car on ne saurait dénier aux Suisses tout sentiment d'appar-

tenance nationale et tout patriotisme. On l'a bien vu lors des récents championnats du monde de football. Le patriotisme est au-delà ou en deçà des mots. Il est dans le chant, parfois dans le cri. Le patriotisme est prélinguistique ou translinguistique, au choix. Certes, le patriotisme suisse est modéré, comme tous les sentiments suisses. Mais il n'est pas inexistant.

Enveloppé de brouillard

A propos de modération : il existe peut-être un lien subtil entre cette vertu suisse et la relative ignorance des langues de la Suisse par les Suisses. Je ne plaisante pas tout à fait : la prudente méconnaissance d'autrui joue un rôle positif dans la politique du compromis pragmatique dont le peuple helvète s'est fait une spécialité : au Parlement de Berne, on débat dans une sorte de léger brouillard. On est à la fois prudent et conciliant lorsqu'on nous parle en langue étrangère, et que l'on comprend à peu près sans comprendre tout à fait. On vitupère avec moins d'efficacité, on approuve avec moins de certitude. On finit par adopter une position moyenne, entre la peur de perdre un avantage et la crainte de rester aveugle à un inconvénient. Et l'on passe avec le partenaire un accord tacite (c'est le cas de le dire !). Les parlementaires suisses sont un peu dans la situation du fameux « dilemme du prisonnier », cher à la théorie économique : dans l'incertitude où chaque détenu se trouve des intentions de l'autre, la moins mauvaise issue, pour tous, est encore la collaboration et le partage.

Si vous comparez le déroulement des sessions parlementaires suisses avec ce qui se passe par exemple à l'Assemblée nationale française, vous voyez tout l'avantage

d'être Suisse : les députés français se comprennent parfaitement les uns les autres, et c'est terrible. Ils s'avancent à visage découvert, ils savent que le moindre de leur discours va renforcer, de toute la puissance de sa rhétorique et de toute la précision de son vocabulaire, l'adhésion passionnée de leurs partisans, le rejet tranché de leurs adversaires. Ils ont des positions superbement visibles, merveilleusement nettes, donc définitivement inconciliables, absolument irréductibles.

Le Parlement français est voué à la dispute perpétuelle. Le Parlement suisse est voué à l'entente sempiternelle. Il faut encore noter que même dans sa propre langue, le locuteur suisse est en général moins habile et moins précis que le locuteur français, allemand ou italien : comme s'il savait que la précision est inutile, qui sera de toute façon perdue pour son partenaire. Comme s'il savait que l'entente cordiale et l'accord pragmatique ne s'obtiennent pas par les nuances de langage, et qu'il vaut mieux ne pas trop se comprendre pour bien s'entendre. « Les Suisses s'entendent parce qu'ils ne se comprennent pas » : c'est une plaisanterie courante en Helvétie. Mais son sens et sa vérité sont peut-être plus profonds qu'il n'y paraît.

Le lecteur de ce texte est libre d'y voir

On finit par adopter une position moyenne, entre la peur de perdre un avantage et la crainte de rester aveugle à un inconvénient. Et l'on passe avec le partenaire un accord tacite (c'est le cas de le dire !)

un simple exercice d'humour. Néanmoins je crois qu'on peut affirmer de manière tout à fait sérieuse, sur l'exemple de la Suisse, qu'un Etat, voire une nation plurilingues peuvent parfaitement exister sans que tous ses citoyens soient plurilingues. Si l'intercompréhension linguistique des citoyens n'est pas indispensable à l'existence des Etats ni même des nations, on pourrait alors en conclure qu'elles sont encore moins nécessaires à une entité comme l'Europe : celle-ci, quelle que soit l'idée qu'on s'en fait, ne s'est jamais conçue comme une « nation » et ne s' imagine guère de patriotisme autre que « constitutionnel ». En quoi le polyglottisme, ou le plurilinguisme actif seraient-ils alors nécessaires au sentiment d'appartenance européenne, à la bonne marche de l'Europe politique ? Peut-être même que le Parlement européen, dont les membres évoluent, à l'image des députés suisses à Berne, dans un léger brouillard linguistique, tirera de cette gêne les mêmes avantages que l'Helvétie : une heureuse et prudente propension au compromis...

L'Europe comme idée

Eh bien non ! En aucun cas ! S'il est vrai qu'un Etat et même une nation plurilingues peuvent exister alors même que ses citoyens peinent à sortir de leur coquille linguistique, il est tout aussi vrai que l'Europe, à mes yeux du moins, ne peut pas exister réellement si les divers pays Européens méconnaissent les langues des pays voisins (et renoncent à cultiver leur propre langue, ce qui va souvent de pair). En un mot : Si les citoyens européens, pour se comprendre, se contentent d'échanger en « basic english », l'Europe aura perdu sa raison d'être. Je ne parle

pas seulement ici de l'Europe culturelle. Je parle de l'Europe tout entière, et de l'Europe tout court. Pourquoi ? Justement parce que l'Europe n'est ni une nation ni un Etat. Et le relatif mépris des langues, qui reste possible dans une nation ou un Etat, sans les compromettre en tant que tels, devient meurtrier lorsqu'il s'agit de l'Europe.

L'Europe ne peut pas fonder sa cohésion sur l'imaginaire collectif qui cimente les nations. L'Europe, encore une fois, n'est pas et ne sera jamais une nation. Dès lors qu'elle est davantage qu'un amalgame d'intérêts, l'Europe est une idée – c'est ce qui fait sa richesse et sa fragilité. Ce qui donne ou donnera force à l'idée européenne, ce qui la fait ou la fera tenir debout, ce ne sont ni les articles d'une Constitution ni des chants patriotiques, mais une conception partagée (je devrais dire et je voudrais dire un amour partagé) de la personne, de la liberté, de la dignité, de la perfectibilité humaines.

En quoi, cependant, cette conception partagée ou cet amour partagé exigent-ils la connaissance et la conscience des langues de l'Europe par les Européens ? Eh bien, pour que vive la personne humaine, et sa liberté, et sa dignité, et sa perfectibilité, il faut que soient aimées et cultivées des qualités qui sont indissociables de la culture et de l'amour des langues : la mémoire créatrice, les nuances spirituelles, le sens de la diversité, l'intuition de la qualité. On l'a compris : quand je parle des langues, je ne fais pas allusion à des moyens de communication plus ou moins technique, et grise, et neutre ; à des véhicules chosifiés de l'échange commercial. Je pense aux langues comme trésor intime, chatoyant et varié de l'expérience humaine, comme dépositaires actives de

nos cultures et de nos siècles ; aux langues comme lieu mystérieux où l'ancien se conjugue avec le neuf, l'héritage avec la création, le reçu avec le donné, la connaissance avec l'amour.

L'argent et la langue

A monnaie unique, langues multiples. Il est remarquable, et profondément significatif que l'Europe ait commencé par unifier sa monnaie – et se soit arrêtée là dans le processus d'unification. La monnaie, instrument d'échange matériel s'il en est, peut aisément être unifiée. On pourrait même la définir comme la seule réalité qui, dans la vie des peuples et des nations, gagne à cette unification. Or la monnaie, qui est un moyen d'échange comme le langage, est en même temps le contraire du langage, du moins du langage créateur de sens et porteur d'humanité. La monnaie, c'est l'échange de la quantité pure, dont le sens est univoque, alors que les valeurs humaines que transporte, façonne et recrée sans cesse le langage sont qualité pure : plus le langage est riche, moins il est quantifiable. Le langage, incarné dans les langues, est le lieu du sens, donc aussi du double sens, du sous-entendu, de l'ironie, de la distance, de la dissimulation, du clin d'œil. Une phrase parle toujours au-delà d'elle-même, chaque phrase de chaque langue emporte avec elle tout l'horizon d'un monde, toutes les clartés et les obscurités d'un monde, tous les élans, tous les aveux, tous les secrets ; le langage, et les langues qui l'incarnent, sont le creuset du sens : cela veut dire que le langage remet en jeu, voire en question, à chaque phrase, les acquis du monde. Il relit le monde à nouveau. Il transmet mais il crée ; il exprime mais il appelle ;

il constate mais il espère. Tout cela ensemble. Toute phrase humaine est toujours optative, subjonctive, impérative. Elle contient toujours, avec la description de ce qui est, le rêve ou l'espérance de ce qui n'est pas.

On voit ce qu'il faut alors penser, non seulement de la méconnaissance des langues étrangères dans notre continent, mais du dédain de sa propre langue et de la propension terriblement européenne (et suisse, plus terriblement encore) à accepter de s'exprimer en « basic english », une sous-langue qui n'est autre qu'une monnaie linguistique unique, dont les échanges valent exactement ceux qu'on effectue au guichet des banques. Les langues artificielles et de pure « communication » (comme on dit improprement, car elles ne servent pas à communiquer, mais à troquer des marchandises verbales) sont des anti-langues, parce que, dans leur pauvreté à la fois subie et voulue, et dans leur recherche désespérante de l'univocité, elles sont privées de toute possibilité de créer du neuf et de l'inouï – bref,

Or la monnaie, qui est un moyen d'échange comme le langage, est en même temps le contraire du langage. La monnaie, c'est l'échange de la quantité pure, dont le sens est univoque, alors que les valeurs humaines que transporte, façonne et recrée sans cesse le langage sont qualité pure : plus le langage est riche, moins il est quantifiable.

de ce qui définit les langues naturelles et cultivées.

Tour de Babel

A-t-on remarqué que le récit biblique de la Tour de Babel comporte une grave inconséquence ? Si vraiment les humains n'avaient parlé jadis qu'une seule langue sur toute la face de la terre, jamais ils n'auraient cherché à construire une telle tour ! Car une humanité qui n'aurait parlé qu'une seule langue aurait été une humanité figée, arrêtée, sans désirs et sans projets, qui se serait contentée du monde tel qu'il est, sans chercher à grimper jusqu'aux cieux pour s'égaliser aux dieux ; sans chercher à changer le monde, à l'améliorer, à l'explorer, à l'inventer. Cette humanité monolingue ne se serait pas considérée comme une humanité possible ; elle n'aurait pas songé à sortir de sa condition ; bref, elle n'aurait pas rêvé de construire la Tour de Babel. Pour nourrir un tel projet, il fallait qu'elle eût déjà subi la malédiction qui est censée punir sa réalisation...

Une malédiction, la pluralité des langues ? Non, bien sûr. Au contraire. La pluralité des langues est la condition absolue pour que notre futur ne soit pas la copie conforme de notre présent. La langue, les langues, dans leur diversité même, enclosent la possibilité de dire ce qui n'est pas encore, la possibilité de la création des hommes par eux-mêmes. Et cultiver cette possibilité, c'est le propre de l'espèce humaine. Mais singulièrement de l'Europe, le lieu par excellence où l'homme s'est considéré comme possible et perfectible.

Mais pratiquement, que veut dire « cultiver la diversité des langues » ? Il

serait utopique de réclamer que tous les Européens apprennent dès les premières années d'école toutes les langues européennes. Il ne s'agit pas de faire des polyglottes. Il s'agirait plutôt que tous les pays européens se refusent féroce-ment au « basic english », et cultivent amoureusement le soin de leur propre langue, tout en ouvrant le plus souvent possible des perspectives comparatives sur d'autres langues de l'Europe. Il n'y a rien là de contradictoire. Au contraire, je l'ai dit et le répète : plus l'on aime et connaît sa propre langue, plus l'on est sensible aux mystères, aux richesses des langues d'autrui.

Perspectives comparatives

Tous les pays européens, y compris la Suisse, bien entendu. Et faut-il le préciser encore : si je suis bien forcé de reconnaître qu'un pays peut exister sans cultiver ses langues, sans les aimer d'amour, je souffre de ce que la Suisse les cultive et les aime trop peu, et soit donc trop peu européenne, au sens que j'ai tenté de dire. Et décidément la Suisse serait pour le futur de l'Europe un bien mauvais exemple si elle n'avait pas heureusement donné à ce continent quelques grands médiateurs et traducteurs, quelques grands Européens : Jakob Burckhardt, Johann Jakob Bachofen, Guy de Pourtalès, Denis de Rougemont...

Quant à ce que j'appelle des « perspectives comparatives », et qui peut paraître terriblement abstrait, qu'on se rassure. J'entends par là qu'à l'école, les maîtres et les professeurs, dès que possible, pourraient lire à leurs élèves, par ci, par là, précédés de leur traduction, suivis d'explications si nécessaire, de beaux textes écrits dans les diverses langues de l'Eu-

rope. Et c'est ainsi que des enfants français ou allemands ou suisses pourraient entendre, très tôt : « O noche que guiaste, O noche amable más que la alborada, O noche que juntaste Amado con amada, Amada en el amado transformada ». Ou bien : « I am a Jew. Hath not a Jew eyes ? hath not a Jew hands, organs, dimensions, senses, affections, passions ? fed with the same food, hurt with the same weapons, subject to the same diseases, healed by the same means, warmed and cooled by the same winter and summer, as a Christian is ? If you prick us, do we not bleed ? if you tickle us, do we not laugh ? if you poison us, do we not die ? ».

Le voilà, l'anglais véritable, et digne de l'Europe ! Tous ceux qui auront entendu ces mots ne deviendront pas ipso facto des Européens convaincus. Mais les Européens convaincus, j'en suis sûr, ont entendu ces mots un jour, et quelques autres, dans quelques autres langues, et ces mots leur sont plus précieux que la monnaie unique, plus précieux que leur

Etat, et que leur nation même ; ces mots sont l'Europe ; ils sont ce que l'Europe peut devenir et peut donner, à elle-même et au monde.

Etienne Barilier, né en 1947, romancier et essayiste, est l'auteur d'une quarantaine d'ouvrages, romans et essais. Parmi ses romans, *Le Chien Tristan*, *la Créature*, *Le Dixième ciel*, *L'Enigme*. Deux de ses essais sont consacrés à des thèmes musicaux (Alban Berg et B-A-C-H). D'autres abordent des thèmes littéraires, philosophiques ou politiques, notamment la question de l'Europe. C'est le cas de *Contre le nouvel obscurantisme* (1995, Prix Européen de l'Essai), dont il existe une traduction allemande : *Gegen den neuen Obskurantismus* (Suhrkamp Verlag, 1999). Nous autres civilisations... (2004), et *La Chute dans le Bien* (2006) se préoccupent également du destin de l'Europe culturelle.





LE SON DE L'EUROPE MP3, Internet, téléphone mobile et cinéma domestique ont pris d'assaut l'économie musicale. Pour répondre aux défis du monde musical de demain, des programmes comme le programme de l'UE 2007-2013 tentent d'améliorer la diffusion des œuvres et des artistes et d'accroître les échanges et les coopérations. Pour être durable la politique musicale de l'Europe devra mieux intégrer les industries non médiatiques.

Jean-François Michel



La culture nous touche tous de mille manières, mais la musique nous touche au plus profond de nous-mêmes. Elle rassemble les gens et s'est imposée comme une langue universelle, surtout auprès de la jeune génération. La musique a été la première forme d'art connue de l'humanité. Elle est omniprésente, elle reflète la culture humaine et sa raison d'être tout autour du globe. La musique a toujours été au centre de la vie culturelle de l'Europe et est, aujourd'hui encore, la forme artistique dans laquelle les jeunes préfèrent vivre leur créativité et leurs particularités nationales.

Plus que jamais, la musique est la discipline artistique le mieux à même de promouvoir le dialogue interculturel. Des millions de personnes, qui se déplacent

pour assister aux festivals internationaux ou achètent des disques étrangers, démontrent que la musique peut passer outre les frontières nationales et créer une Europe unie. La musique est pour beaucoup dans l'intégration sociale des minorités en Europe.

Musique pour la diversité culturelle d'Europe

600 000 personnes dans l'UE vivent de l'industrie musicale, dont le chiffre d'affaires dépasse 40 milliards d'euros dans le monde. L'art doit aller à la rencontre de son public, il doit être accessible, afin que les futurs interprètes puissent se rapprocher des artistes et que soit atteint le public voulu. L'industrie culturelle est indispensable pour installer l'art, le diffuser et le promouvoir.

Il est essentiel que les éditeurs et les firmes de disques prennent au sérieux leur mission d'encourager la créativité. De même pour les porteurs d'actions du monde de la musique, qui tous contribuent à atteindre le public. Les efforts des actionnaires se placent dans une économie spécifique, celle de la culture, variable selon les domaines. La reproduction industrielle d'un produit culturel contribue à maintenir la vitalité et la diversité de la culture en Europe.

Le secteur de la musique joue un rôle aussi important pour le développement économique de l'UE que pour sa diversité culturelle. Il comprend un nombre limité de groupes multinationaux – l'industrie de la musique est essentiellement dominée par quatre firmes – et un nombre important de firmes plus petites qui produisent des disques, publient et diffusent tandis que d'autres organisent des concerts et des tournées. Avec comme objectif celui de donner au public une chance de découvrir de nouveaux artistes et de nouvelles spécialités culturelles.

Le Bureau européen de la musique, voix du secteur musical

Le Bureau européen de la musique (European Music Office) est une organisation internationale à but non lucratif, qui rassemble des fédérations et des organismes, nationaux et internationaux, actifs dans le secteur musical européen. Ses membres, en collaboration avec d'autres organisations commerciales et instituts nationaux, propagent la diversité de la musique européenne et représentent les intérêts de cette dernière en Europe et au-delà. Les activités du EMO se réfèrent aux objectifs de l'Union européenne dans le domaine culturel : le EMO facilite la diffusion des œuvres, des artistes, des créateurs et des productions, encourage les échanges, les coopérations de toutes sortes ainsi que la mobilité des artistes musiciens, favorisant la découverte d'artistes et de cultures dans toute l'Europe et stimulant la mise en place de réseaux et d'institutions dans le secteur européen de la musique.

Grâce à sa plate-forme européenne musicale, le EMO coordonne de plus les projets européens cofinancés par l'UE,

que ce soit dans le domaine des échanges d'informations, du soutien à la musique live ou de l'encouragement des artistes musiciens professionnels en Europe. Les projets du EMO sont conformes aux objectifs de l'UE ainsi qu'à ceux des marchés communs. Des projets comme le « European Talent Exchange Programme » (ETEP) et le « European Tour Support » (ETS) visent à faciliter la mobilité transnationale des professionnels de la culture et des artistes.

En finançant les tournées hors du pays, le programme d'échange de talents européens ETEP et le programme de soutien ETS¹ aident à la diffusion transnationale d'œuvres artistiques et de productions culturelles. Le projet « Exchange of Information » communique aux spécialistes et aux artistes des informations intéressantes, aptes à améliorer la mobilité à l'intérieur des frontières européennes. Le dessein d'ouvrir des agences à New York et en Chine témoigne de la volonté d'encourager la mobilité internationale et le dialogue interculturel.

Le EMO défend aussi très activement les institutions européennes et les gouvernements nationaux. Dans le cadre du nouveau programme culturel 2007-2013 de l'UE, le EMO se propose de soutenir en particulier les initiatives susceptibles de promouvoir les industries de la culture et leurs programmes.

Un programme européen pour la musique

L'objectif essentiel du EMO est de concevoir et de mettre en œuvre une politique de la musique concertée dans l'UE et ses Etats membres – une aide spécifique et nécessaire pour le secteur euro-

péen de la musique. C'est la seule façon de remplir les objectifs de l'UE dans ce domaine. La Commission européenne, le Parlement européen et le Conseil de l'Union européenne travaillent à une nouvelle génération de programmes culturels et médiatiques. La mise en œuvre de ces programmes entre 2007 et 2013 est indispensable pour fortifier le milieu culturel d'Europe et améliorer la mobilité des produits, des services ainsi que des artistes et créateurs. Cette nouvelle génération de programmes culturels et audiovisuels profitera aux branches de l'industrie culturelle européenne qui ne sont pas actives médiatiquement et que jusqu'ici certains dispositifs régionaux ont bloquées au niveau européen ou au niveau du marché mondial.

De plus, une stratégie européenne efficace et pondérée d'aide à la musique en particulier, et à l'industrie musicale en général, doit pouvoir compter sur des initiatives qui, d'une part, renforceront les droits d'auteurs et, d'autre part, maîtriseront le problème du piratage.

Il est évident en tout cas que le programme 2007-2013, dans sa forme actuelle, ne peut réaliser de progrès notable car les projets pilotes ont prouvé que les branches industrielles non médiatiques ont besoin de plus d'aide et d'options de financement plus souples. C'est pourquoi le EMO se prononce pour la création d'un programme spécifique destiné à l'industrie culturelle, sur le modèle du programme MediaPlus.

L'Europe musicale : qui écoute quoi et dans quelle quantité ?

France

Selon la Fédération internationale de l'industrie phonographique (IFPI), la

France était le quatrième plus gros marché du monde en 2003 (après les Etats-Unis, le Japon et la Grande-Bretagne), avec un chiffre d'affaires de presque deux milliards, ce qui représente 6,4% des ventes mondiales.

La France a enregistré sa plus forte récession pour les principaux marchés de disques au cours du premier trimestre de 2004, la baisse atteignant 21,4%. Le recul du marché en 2004 réduisait ainsi à néant les six années de croissance précédentes.

Les chiffres de la distribution classés par genres musicaux démontrent qu'avec 37,6% du marché, le pop national est prédominant. Généralement parlant, depuis 1999, la France est le pays européen (devant la Grande-Bretagne) où la part du répertoire local, tous genres confondus, est la plus grande.

En 2003, le SNEP (National Union of Phonographic Publications) a noté une augmentation constante dans ce secteur du marché : en valeur absolue, il représente 60% contre 35,5% totalisés par les répertoires internationaux et 4,5% pour la musique classique.

Cette nouvelle génération de programmes culturels et audiovisuels profitera aux branches de l'industrie culturelle européenne qui ne sont pas actives médiatiquement et que jusqu'ici certains dispositifs régionaux ont bloquées au niveau européen ou au niveau du marché mondial.

Allemagne

Durant les six dernières années, le pourcentage de clients achetant de la musique dans la population allemande a diminué. En 2003 il se montait à 40,1% alors que les chiffres de 1997 donnaient encore 52,6%. Alors qu'il y a quelques années, l'Allemagne occupait la première place dans ce secteur du marché, la baisse dramatique du chiffre d'affaires l'a fait reculer à la troisième place (cinquième mondiale).

Depuis 1996, l'IFPI attribue le prix « Platinum Europe Award » aux albums allemands dont les ventes dépassent un million d'exemplaires à l'intérieur de l'Europe, ces ventes se réalisant néanmoins surtout dans les pays germanophones.

D'autres modèles de diffusion de la musique populaire en Allemagne en sont encore à leurs balbutiements, au contraire de ce qui se passe pour la musique classique, où l'Allemagne occupe une position éminente, non seulement pour des raisons économiques, mais aussi pour des raisons de politique éducative et culturelle.

Espagne

Avec 1,7% du marché mondial de la musique, l'Espagne occupe la neuvième place, après les Etats-Unis, le Japon, la Grande-Bretagne, la France, l'Australie, le Canada et l'Italie. Avec 22,403 dollars, le pouvoir d'achat par tête est bien inférieur, en Espagne, à celui des autres pays européens (en comparaison : 26,345 dollars en France, 26,751 en Italie). Les dépenses de musique par tête se maintiennent en Espagne au niveau le plus bas d'Europe de l'Ouest et atteignent en 2004, avec 10,50 euros, son niveau le plus bas jusqu'à présent.

Téléphones mobiles (GSM et 3G), MP3, Internet, DVD et cinéma domestique jouissent d'une popularité croissante en Espagne bien que les données du marché stagnent en comparaison avec les autres pays européens (l'Espagne se place en vingtième position en Europe pour ce qui est des branchements Internet, derrière plusieurs pays récemment entrés dans l'UE comme la Slovaquie, la Tchéquie et l'Estonie).

Grande-Bretagne

Le Royaume-Uni représente 9,3% des achats de musique du monde entier et près de 15 pour cent du marché mondial de la musique². En 2000, la valeur de l'industrie musicale anglaise a été estimée à 3,624 milliards de livres. Près de 130 000 personnes y sont employées ; tous les ans, paraissent quelque 5000 nouveaux singles et 20 000 albums, et la Grande-Bretagne n'est précédée que des Etats-Unis pour ce qui est du répertoire. L'industrie musicale est dominée par une série de groupes multinationaux – Warner's, EMI, Universal, BMG et Sony –, mais 90% du commerce de la musique sont assurés par des petites et moyennes entreprises. Leur succès repose sur la qualité et la diversité des exceptionnels talents du pays.

Selon les informations de la IFPI, la Grande-Bretagne est l'un des rares marchés de la musique au monde dont le chiffre d'affaires a légèrement augmenté en 2003 (de 0,1%, c'est-à-dire 3,216 milliards de dollars, ce qui correspond à 1,632 milliard de livres). La consommation de musique représentait en tout 2,1 milliards de livres, ce qui place les Britanniques derrière la Norvège pour les dépenses par tête. Dans l'ensemble, l'industrie du disque britannique a fait montre en 2003

d'une résistance constante bien que ses bénéficiaires aient légèrement reculé pour atteindre 1,177 milliard de livres.

Malgré une concurrence croissante dans l'industrie du divertissement, l'ensemble du commerce de la musique a gagné 4%, les bénéficiaires des ventes de disques ont également augmenté pour la première fois depuis cinq ans (de 3,7%). Les ventes de singles, à elles seules, ont augmenté de 15,4% (pour ce qui est de leur volume) et de 8,1% (pour ce qui est de leur valeur)³. L'industrie du disque avait tenté d'endiguer la baisse des ventes de singles en réduisant le prix des CDs surtout. Parallèlement, les DVDs de musique ont doublé leur part de marché en Grande-Bretagne et représentent déjà, en 2003, 4% du marché national de la musique, dont la part des ventes en téléchargement a atteint pour l'année deux millions d'unités.

Bien que la part du répertoire international sur ce marché n'ait cessé de croître, la musique britannique reste très demandée, dans le pays aussi bien que dans le reste du monde. En 2003, les interprètes britanniques, à eux seuls, ont comptabilisé 47% des ventes par artistes individuels (musique classique et albums exceptés), juste devant les artistes américains avec 34,6 et 45,4%⁴. Cette année, pour la première fois, les interprètes américains surpassent, dans les ventes de disques na-

tionales, leurs collègues britanniques. Simultanément, on assiste à une « nouvelle invasion britannique » sur les marchés d'outre-mer, surtout aux Etats-Unis où, en 2003, des artistes comme Franz Ferdinand, Joss Stone et The Darkness ont obtenu un énorme succès.

Jean-François Michel travaille à Bruxelles comme secrétaire général du Bureau européen de la musique. Il dirige, de plus, le bureau français d'exportations musicales, est membre de l'équipe d'experts du Haut Conseil Culturel franco-allemand et gère l'entreprise JFM Consultant (auparavant Mediactiv). De 1984 à 1992, il a été directeur du Fonds pour la Création Musicale (FCM) à Paris. De 1975 à 1984, il s'est occupé d'institutions culturelles à Paris, comme le centre culturel du Forum des Halles ou le club de jazz et le studio de chorégraphie de La Défense.

¹ La plate-forme musicale européenne a lancé, sous la direction du Bureau européen de la musique (EMO) et avec l'aide de la Commission européenne, le European Tour Support Programm, censé renforcer les tournées d'artistes européens en Europe.

² Chiffres du département de la culture, des médias et du sport (Department for Culture, Media and Sport DCMS), Creative Industries, 2004.

³ BPI Quarterly Market Review – 23 août 2004.

⁴ IFPI 2004.

AVONS-NOUS LE BLUES? Quels sont les situations et les processus qui influencent la vie musicale en Europe ? Avec la globalisation de la musique, les chercheurs se mettent à étudier les mutations sociales induites par la musique ainsi que la fonction identitaire de cette dernière. Quels sont les effets du développement technologique ? La domination de la musique pop de langue anglaise restera-t-elle un axiome de la scène internationale de la musique ? *Jonas Bjälesjö*



Qui gagnera le prochain Concours de l'Eurovision ? Reprochera-t-on encore aux Etats baltes de s'accorder leurs voix les uns aux autres ? Alors qu'il est difficile de distinguer un noyau européen dans la musique pop et rock depuis les années cinquante, le Concours de l'Eurovision illustre de façon exemplaire le souhait de représenter la diversité européenne sous ses formes nationales.

Le Concours de l'Eurovision est organisé depuis 1956 en collaboration avec les chaînes de télévision appartenant à l'Union européenne de radiotélévision. L'éventail des pays vainqueurs depuis 2000 est remarquable : le Danemark, l'Estonie, la Lettonie, la Turquie, l'Ukraine, la Grèce et la Finlande – aucun de ces pays n'est connu en Europe pour l'originalité de sa musique

pop. Le concours jouit d'un statut et d'un prestige différents selon les pays – ce qui n'empêche pas tous les pays européens d'y participer et réduit la prééminence anglo-saxonne. Certes, la plupart du temps, les chanteurs chantent en anglais, mais de nombreux pays utilisent cette plate-forme pour présenter leurs symboles nationaux et leurs particularités culturelles. Le Grand Prix Eurovision de la Chanson a, par exemple, ouvert la voie des scènes européennes aux nouveaux Etats membres d'Europe de l'Est.

Même si les productions paneuropéennes sont plutôt rares, plusieurs programmes d'encouragement permettent d'exploiter et d'associer les divers potentiels musicaux. « Muzone » est, par exemple, un programme de formation musicale associé au programme de l'UE « Leonardo ». L'association de festivals « Yourope » encourage les échanges musicaux et, pour finir, l'industrie musicale européenne se retrouve régulièrement lors de foires sectorielles comme le « Midem » à Cannes et la « Popkomm » à Berlin.

Une musique populaire pour l'Europe ?

Tous les pays européens cultivent leurs traditions musicales nationales. La musique populaire a été – et dans certains

pays, elle le reste encore – une forme d'expression importante, source d'identité locale, régionale ou nationale. Certaines musiques populaires, comme la musique irlandaise, sont parvenues à s'imposer dans le reste de l'Europe jusqu'à un certain degré, mais la plupart du temps, la musique populaire reste une affaire nationale. L'élargissement de l'Union européenne n'a pratiquement pas influencé l'utilisation et le rôle de la musique populaire nationale, cette dernière a seulement gagné en importance dans quelques régions, pays ou villes. Qu'elle puisse contribuer à l'identité européenne, c'est ce que pense le professeur d'ethnologie Jonas Frykman : « On a misé sur les «régions d'Europe». C'est là que se fondent les traditions locales et européennes. Depuis le début du millénaire, le lieu, la patrie et les racines jouent un rôle de plus en plus grand ».

Il existe effectivement de la musique pop qui, de par ses sonorités, son genre, son style et son image, occupe une position éminente sur le marché, à l'intérieur des frontières nationales. Malgré sa capacité à acquérir une grande popularité et son manque d'attaches géographiques, on l'entend rarement hors de ses frontières. Non sans raison : le marché et le public sont en grande partie limités aux frontières nationales car souvent, les textes sont rédigés dans la langue du lieu et traitent de problèmes locaux.

Les musiciens pop européens sont donc capables de créer une musique qui atteint un niveau international, mais dont les contenus sont souvent spécifiques aux diverses nations.

De même, la musique d'origine extra-européenne peut avoir du succès dans le monde entier. Le hip hop en est un

exemple. Bien qu'il ait des racines afro-américaines, il s'est diffusé auprès des jeunes d'Europe, souvent immigrants. Le hip hop parle plusieurs langues, que l'on songe aux divers pays européens ou aux divers lieux à l'intérieur de ces pays européens.

Le rapport entre musique, éthique, nationalisme, milieu social, âge, sexe et lieu a été déterminant pour le développement de l'Europe. Ces facteurs servent également de repères aux individus, aux groupes sociaux et aux régions. Le sentiment d'appartenance que crée la musique défie les normes et les valeurs de la société et génère des formes d'expression culturelle et des styles différents. Ces communautés sociales constituent souvent des forums d'expression importants pour les groupes marginaux et peuvent conduire ceux-ci à s'opposer aux tendances homogènes de l'industrie culturelle – une condition pour la formation de nuances locales. On trouve en Europe, dans la génération montante en particulier, de nombreux exemples de ces communautés inspirées par la musique et un style de vie, liées entre elles et se livrant à des échanges réguliers. Ce réseau transnational est entretenu par des rencontres et des visites personnels ainsi que par des concerts, des festivals, des fanzines, des listes de courriel, des sites Internet, des clubs, etc. Quelles cir-

Le marché et le public sont en grande partie limités aux frontières nationales car souvent, les textes sont rédigés dans la langue du lieu et traitent de problèmes locaux.

constances et quels processus influencent-ils le développement de la musique, aujourd'hui et à l'avenir, en Europe ?

La culture pop des jeunes d'Europe

Dans le monde entier, les cultures des jeunes se distinguent, par leur ouverture, par le mélange de modèles locaux, globaux et culturels ainsi que par les facteurs d'influence. La mythologie, le récit et l'histoire de la musique pop se nourrissent de leurs références aux spectacles, aux événements, aux moments, aux personnes et aux lieux qui ont contribué à l'élaboration des styles de musique et de vie. Parallèlement, la culture des jeunes en général, et la musique pop en particulier, illustrent un état postmoderne où le temps, l'espace et le lieu se mêlent et se démêlent constamment en modèles toujours plus complexes.

Les sociologues Mike Featherstone et Scott Lash le résument ainsi : « Aujourd'hui, les cultures se différencient de l'intérieur. À l'extérieur elles sont connectées aux autres cultures, ce qui brouille la définition des frontières. » Le spécialiste des médias James Lull nomme cette transformation des opinions et des produits internationaux une « reterritorialisation culturelle ».

La globalisation triomphante de la musique pop pousse les chercheurs à d'interroger de plus en plus sur les liens existant entre les mutations sociales et les changements de la musique pop ainsi que sur la façon dont les individus se mettent en scène et sur la formation de l'identité. Les discussions sur la musique pop se limitent souvent à étudier l'influence des processus globaux au niveau local. Quel est le rapport des gens à la musique lorsqu'ils

lui associent leurs réalités locales et leurs propres expériences ? Quelle est l'influence de ces processus sur la formation de l'identité ? Le lieu peut être vu comme une portion de l'évolution globale et non comme son contraire. Cela aboutit à un processus à la fois global et local – donc glocal. Les développements de la musique pop sont « translocaux », car ils sont à la fois contrôlés par des influences culturelles et des tendances homogénéisatrices internationales et par les variations et la diversité locales.

Les jeunes d'Europe façonnent leurs comportements dans un espace ouvert d'influences réciproques et de rapports sociaux. Ils tentent de se démarquer par rapport à leur environnement. Pour nombre d'entre eux, l'organisation de cet espace existentiel est étroitement liée à la formation de leur identité. La construction spatiale est un facteur d'importance dans le développement de l'identité sociale : elle va de pair avec l'identification à un lieu. Ainsi les personnes ne sont pas seulement « des amateurs de festivals », des « punks » ou des « fans de hip hop », ils adoptent ces rôles selon le moment et le lieu. En ce qui concerne la musique pop surtout, les jeunes et leurs modes d'expression possèdent un potentiel important, non seulement au plan international, pour ce qui est de l'absence de frontières, mais encore au plan local, pour ce qui est de l'adaptation aux spécificités de leurs lieux.

L'« emprise » anglophone

L'emprise des pays anglophones dans la musique pop ne saurait être méconnue, autant pour ce qui est de la présence dans les médias que pour ce qui est des chif-

fres de vente et de la fréquentation des concerts. L'offre de diverses chaînes de télévision musicales se concentre sur la musique anglaise et américaine et ne se différencie que légèrement selon le pays d'émission, car historiquement la musique pop et rock est née aux Etats-Unis et en Grande-Bretagne¹. Un coup d'œil aux programmes des festivals de musique européens qui proposent une musique pop variée, non limitée à un seul genre, nous permet de constater que la majorité des premières parties et des artistes sont originaires des Etats-Unis et de Grande-Bretagne.

Modification des habitudes d'écoute

« De nouveaux canaux de transmission augmentent considérablement la consommation de musique. Les consommateurs souhaitent plus que jamais utiliser tous les moyens d'accès à la musique. »² Les progrès de la technique et de la numérisation modifient la production et la diffusion de la musique en Europe et obligent l'industrie à développer de nouveaux modèles commerciaux et à restructurer son travail. En parallèle, les habitudes d'écoute et de consommation se transforment également. Aujourd'hui, ce ne sont plus les firmes de disques uniquement qui sont à la tête du changement, diverses entreprises de TI, de téléphonie et de médias ont pris la barre. Ainsi les rapports de force entre les entreprises de musique, les producteurs et les consommateurs se sont démocratisés, il est devenu considérablement plus facile et meilleur marché de produire et de commercialiser de la musique. De jeunes artistes inconnus voient donc s'ouvrir devant eux de nouvelles perspectives de distribution.

La différence entre la production et la consommation de la musique continue de s'amenuiser car les techniques actuelles ouvrent non seulement de nouvelles possibilités à la production sur place, mais encore elles donnent lieu à de nouveaux modes de consommation de la musique sous forme de fichiers musicaux et de diffusion numériques – téléphone mobile, MP3-Player, iPod, etc. gagnent du terrain. John Kennedy, de la Fédération internationale des producteurs et fabricants de phonogrammes IFPI, dit du marché numérique : « Aujourd'hui, l'industrie de la musique se transforme de plus en plus en une activité numérique et littéraire. [...] Le commerce numérique continue de croître. Les revenus commerciaux ont doublé pour atteindre en 2006 près de deux milliards de dollars – cela représente près de 10% de nos ventes. Nous pensons que, d'ici 2010, au moins un quart de toutes les ventes de musique du monde entier s'effectuent par la voie numérique. »

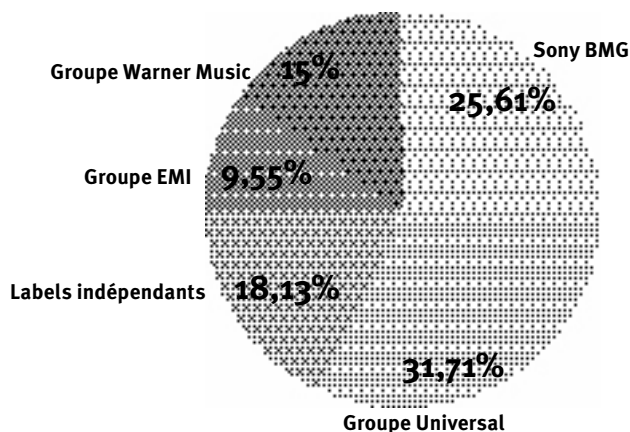
Les nouvelles techniques de diffusion et les nouvelles habitudes d'écoute modifient également la fonction sociale de la musique. Les réseaux sociaux de sites Internet ont le vent en poupe : on peut s'y présenter soi-même ou y présenter ses propres œuvres musicales et ses intérêts. L'« explosion » de sites Internet comme YouTube, LastFM et surtout MySpace, avec un nombre d'utilisateurs enregistrés qui dépasse les 60 millions en septembre 2006, a créé un large réseau de contacts pour les artistes comme pour les auditeurs et les firmes de disques. Ces sites Internet fonctionnent comme des « communities » de fans et d'amateurs de musique. Des artistes comme Arctic Monkeys et Lily Allen ont acquis leur popularité grâce à MySpace. « Certains groupes ont même

commencé à donner exclusivement des «concerts virtuels» ; Ben Folds a organisé une «party» virtuelle pour la sortie de son album «supersunnyspeedgraphic, the LP !» dans le monde virtuel en 3D «Second Life», en octobre 2006. Le nouveau projet de Damon Albarn, «The Good, The Bad and The Queen» s'est présenté en exclusivité sur MySpace en décembre 2006. »³

Grâce à la numérisation, les fans ont plus vite accès aux actualisations et sont en contact les uns avec les autres pour échanger, par exemple, les dernières nouvelles sur la carrière de leurs idoles ou des histoires sur leur vie. MySpace leur offre la possibilité de publier des informations ou des histoires sur leurs artistes favoris. Les firmes de disques européennes profitent de ces sites Internet et de ces réseaux sociaux pour nouer des liens entre leurs artistes et les fans et éveiller ainsi l'intérêt de ces derniers pour d'autres styles de musique. Le site Last FM a lancé un « Tas-te-o-meter » qui fonctionne comme un « dating service » et repose sur les préférences musicales.

Les firmes de disques européennes profitent de ces sites Internet et de ces réseaux sociaux pour nouer des liens entre leurs artistes et les fans et éveiller ainsi l'intérêt de ces derniers pour d'autres styles de musique. Le site Last FM a lancé un « Tas-te-o-meter » qui fonctionne comme un « dating service » et repose sur les préférences musicales.

Le téléchargement de chansons est en progression. Selon l'IFPI, il a augmenté de 89% entre 2005 et 2006. Outre les chansons, ce sont aussi les sonneries, les albums numériques et les vidéos musicales qui jouissent d'une popularité croissante. Le nombre d'appareils MP-3 achetés – en tête, le iPod de Apple – a augmenté de 43% en 2006. Les téléphones mobiles se transforment de plus en plus en supports et en lecteurs de musique. En octobre 2006 Nokia a commercialisé son propre format de musique avec Xpress Music : ce dernier permet de télécharger jusqu'à 1500 chansons sur le téléphone. Nokia se propose de plus de lancer un magasin de musique, « Music Store », en complément à sa téléphonie. Selon Ed Averdieck, grand patron du service Nokia Music, l'avenir appartient au multifonctionnel. La mobilité est le mot clé, que ce soit pour les producteurs ou pour les consommateurs. Jean-François Cecillon, président et CEO de EMI Music Continental Europa, affirme : « De plus en plus de consommateurs utilisent leur téléphone pour écouter de la musique ou la musique pour donner un caractère personnel à leur mobile. La musique est devenue un enjeu central de la téléphonie [...]. »⁴ Mais les plus grandes discussions tournent toujours autour de l'accès illimité à la musique ou de son téléchargement illégal, sous forme d'échange illégal de fichiers P2P. Le piratage est considéré comme la principale menace que devront affronter l'industrie de la musique et les artistes car il sape le droit d'auteur. Pourtant il est probable que les majors de l'industrie musicale vont bientôt autoriser l'acquisition de fichiers numériques sans restriction. La plupart des labels indépendants vendent déjà leur musique dans un format



Parts de marché selon Nielsen Sound Scan (2005)

MP3 qui, dépourvu de protection contre la copie, peut être téléchargé et copié.

Ce serait une petite révolution et l'on en ressentirait les effets sur l'ensemble du marché de la musique, en Europe et dans le monde entier. Les majors, qui jusqu'à présent contrôlaient près de 80% du marché mondial de la musique, perdraient leur position de monopole.

Vision utopique

La musique pop européenne fait partie de l'industrie mondiale et les quatre majors EMI, Sony BMG, Universal et Warner contrôlent le marché international. Pourtant de nombreux labels plus petits – dont l'orientation n'est pas toujours commerciale – marquent également l'industrie de la musique de leur empreinte⁵. La majorité des firmes prennent part à l'ensemble de l'industrie culturelle qui se distingue par sa structure complexe d'alliances, de collaborations, de partenariats, de participations entières et partielles, de « joint ventures », etc. Mais la musique est da-

vantage – elle renforce l'identité, la pensée et la conduite sociale. La musique pop est à la fois culture et produit de masse, elle a une valeur esthétique et économique, une importance culturelle tout en étant un média populaire. « La musique, ce sont des systèmes complexes de significations et d'usages sociaux, avec leurs rites et leurs règles, leurs hiérarchies et leurs systèmes de crédibilité. La musique peut être une forme active d'art, mais aussi une attitude passive de consommation [...] De plus, sa part « populaire » ne se réfère pas seulement au succès commercial de produits culturels comme la vente de CDs, de vidéos musicales, de concerts. Elle se réfère également aux situations sociales où se meuvent les fans, à leurs liens avec une certaine musique, aux rapports humains. Il n'existe pas de définition formelle de la musique pop. »

Jonas Bjälesjö a fait des études d'histoire, de politologie et de sociologie à l'Université Linköping. Il préside les Swedish Rockarchive, partenaire suédois du projet européen Muzone (Leonardo); il est membre de l'Association internationale pour l'étude de la musique populaire Norden. Il a conduit plusieurs projets de recherche et édité diverses publications sur la jeunesse et la musique dans l'Union européenne. Dans sa thèse de doctorat sur le festival de rock Hultsfred, il analysait l'importance de la musique dans les processus culturels aux niveaux local, national et international.

¹ Der Vergleich bezieht sich auf Festivals, die nicht auf der Webseite der Interessenorganisation für europäische Festivals, Yourope (www.yourope.org), auftauchen.

² IFPI: 07 Digital music report s. 4.

³ Fiveeight Music, September 2006, nr 58.

⁴ In Schweden haben z.B. 99,4% aller Firmen innerhalb der Musikindustrie bis zu 19 Angestellten. (Nielsen 2006:17).

Sources

- Bennett, Andy & Peterson, Richard A. 2004. *Music Scenes: Local, Translocal and Virtual*. Nashville: Vanderbilt University Press.
- Bennett, Andy 2000. *Popular music and youth culture: music, identity and place*. London: MacMillan Press Ltd.
- Connell, John & Gibson, Chris 2003. *Sound tracks: Popular music, identity and place*. London: Routledge.
- Escott, Colin & Hawkins, Martin 1991. *Good Rockin' Tonight: Sun Records and the Birth of Rock'n'Roll*. New York: St. Martin's Press.
- Featherstone, Mike & Lash, Scott 1999. *Introduction I: Featherstone, Mike & Lash, Scott (éd.) 1999. Spaces of Culture: City, Nation, World*. London: Sage Publishers.
- Forman, Murray 2002. *The Hood Comes First: Race, Space, and Place in Rap and Hip-Hop*. Hanover, N.H.: Wesleyan University Press.
- Frith, Simon 1996. *Music and Identity. I: Hall, Stuart & Du Gay Paul (red) 1996. Questions of cultural identity*. London: Sage Publishers.
- Frykman, Jonas 2000. *Mötet med något annat: Om regionalitet och lokal identitet. I: Andersson Karl-Olof 2000. Mötet med något annat – Om regionalitet och lokal identitet. Stiftelsen Framtidens kultur. Lokal kultur – en seminarieriserie. Rapport no 4*.
- Frykman, Jonas 2001. *Motovun och tingens poesi. I: Hansen, Kjell & Salomonsson, Karin (éd.) 2001. Fönster mot Europa – Platser och identiteter*. Lund: Studentlitteratur.
- Harvey, David 1996. *Justice, Nature and the Geography of Difference*. London: Blackwell.
- Hesmondhalgh, David 2002. *The Cultural Industries* London: Sage Publishers.
- Johansson, Thomas & Sernhede Ove 2001. *Identitetens omvandlingar: Black Metal, Magdans och Hemlöshet*. Göteborg: Daidalos.
- Kruse, Holly 1993. *Subcultural Identity in Alternative Music Culture*. *Popular Music* 121:31–43.
- Massey, Doreen 1998. *The Spatial Construction of Youth Cultures. I: Skelton, Tracey & Valentine Gill (éd.) 1998. Cool Places: Geographies of Youth Cultures*. London: Routledge.
- Mitchell, Tony 1996. *Popular Music and Local Identity: Rock, Pop and Rap in Europe and Oceania*. London: Leicester University Press.
- Nielsén, Tobias 2006. *Tiden efter: En översikt av den svenska musikbranschen*. QNB Analys & Kommunikation AB.
- Strage, Fredrik 2001. *Mikrofonkåt*. Atlas
- Szatmary, David P 1996. *Rockin' in time: A Social History of Rock-and-Roll*. Upper Saddle River New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Vestel, Viggo 1999. *Breakdance, red eyed penguins, Vikings, grunge and straight rock'n'roll: The construction of place in musical discourse in Rudenga, east side Oslo. I: Young: Nordic Journal of Youth Research*. 1999 vol. 7(2).
- Internet
- www.muzone-europe.com
- www.yourop.eu.org
- www.midem.com
- www1.messe-berlin.de
- www.myspace.com
- www.youtube.com
- www.lastfm.com
- www.uands.com
- www.emigroup.com/Press/2006/press73.htm
- Divers
- Fiveight Music, September 2006, no 58.
- IFPI 2007. *IFPI:07 Digital music report 2007*. International Federation of the Phonographic Industry, IFPI.
- Shannon, Victoria, *New York Times* 23 janvier 2007.

L'EUROPE LIT La littérature européenne est appréciée – dans le monde entier. Cependant, on ne peut parler d'une imprégnation réciproque des milieux littéraires en Europe. Un encouragement chichement doté et des coûts de traduction élevés rendent difficiles les échanges littéraires avec nos voisins. Et on peut douter que les collections littéraires de plusieurs éditeurs de journaux puissent y remédier ou contribuer à la création d'un canon littéraire européen. *Albrecht Lempp*



Notre époque, celle d'une culture en réseau surchauffée où il nous est possible d'être témoins de tous les événements en temps réel ou presque, ne laisse aucun doute : non seulement, nous sommes privés d'une vue d'ensemble, mais encore nous perdons le sens de la linéarité des événements. La lecture traditionnelle d'un roman – sans parler de l'écriture du roman – contrecarre une telle réalité. Et pourtant, le livre continue de jouer un rôle important dans notre vie, notre culture, notre économie et quelquefois même, notre politique.

Il est donc d'autant plus étonnant que le livre ne laisse que des traces fragmentaires dans les statistiques et que nous soyons obligés de nous accommoder de la constatation suivante : « Il n'existe pas de

statistiques à peu près fiables – indépendantes et largement reconnues – sur les domaines essentiels concernant le livre : le marché du livre, le marché des occasions, les traductions, les rapports de la culture et du marché ou l'innovation ».

Et encore : « Paradoxalement, le livre – un média auquel l'Histoire attribue traditionnellement beaucoup d'importance – n'a pas de mémoire (institutionnelle) en Europe »¹.

On pourrait certes discuter à l'infini de cette question. En réalité, depuis que l'UNESCO a cessé de décompter le nombre des publications et des rééditions et que l'Union internationale des éditeurs IPA (International Publishers Association) s'est chargée en 2001 de recenser les titres, nous obtenons, comme le remarque le Börsenverein des deutschen Buchhandels (l'association des libraires allemands), des données assez actuelles, mais loin d'être aussi complètes². Il suffit de jeter oeil sur les statistiques de l'IPA pour avoir envie de pleurer.

Pourtant ce n'est pas tellement le manque d'informations statistiques incontestables qui me fait comprendre que je dois me limiter à ne sélectionner que quelques sujets, mais plutôt la multiplicité des sujets qui méritent d'être discutés à fond et qui ici, ne sont mentionnés que par la négative. La popularité d'un Dan Brown ou

d'un Harry Potter, par exemple, pourrait fournir assez de matériel pour effectuer une étude horizontale dans ce rapport. Les conséquences de ces succès monstres sur les marchés du livre dont, statistiquement, les clients n'achètent peut-être que 0,8 livre par an, peuvent être aussi dévastatrices pour la diffusion des littératures nationales que l'apparition des doryphores avant la prochaine récolte.

Parmi les nouveaux phénomènes qui modifient insensiblement les petits marchés du livre et ont un impact manifeste sur les grands, on peut compter les étagères bourrées de mangas que la plupart des jeunes dévorent sans problèmes. Le lecteur plus très jeune n'en croit pas ses yeux et peine à établir une corrélation entre le déluge des bandes dessinées japonaises et la Chine ou la Corée du Sud, les deux pays qui acquièrent le plus de licences de livres par an auprès des maisons d'édition allemandes.

Littérature d'Etat

Laissons l'Asie et Dan Brown de côté et portons notre attention sur deux phénomènes maison. Tous deux sont pour beaucoup dans la façon dont les foyers des citoyens lecteurs d'Europe accèdent aux littératures européennes. Pour tous deux, on peut également se demander s'il existe une relation de cause à effet entre l'intention et le résultat.

La première question pourrait s'énoncer comme suit : « Que fait l'Etat pour traduire sa propre littérature et contribuer ainsi à sa diffusion ? » ou en d'autres termes : « Quel effet cela a-t-il sur le marché et la diffusion des littératures nationales lorsque les gouvernements utilisent le livre comme support de sympathie dans leur propre promotion ? »

On pourrait formuler la deuxième question ainsi : « Quelle part des trésors livresques nationaux est accessible aux autres lecteurs de l'Union européenne qui ne maîtrisent aucune langue étrangère ou du moins ne les utilisent pas ? »

ou en d'autres termes : « Est-il possible de discerner l'élaboration d'un répertoire unifié (européen) dans lequel seraient représentés des écrivains d'Europe orientale autant qu'occidentale ou le marché du livre est-il condamné à rester un péle-mêle bariolé ? » Dès le départ, une chose est claire : Quiconque croit pouvoir lire en traduction les textes les plus importants publiés par nos concitoyens européens dans les langues qu'il ne connaît pas, fait fausse route. Ce que nous trouvons en traduction ne représente que des miettes de fragments. Un rapide coup d'œil aux listes peu fiables des titres publiés dans quelques-uns des pays de l'UE et à la part des traductions dans cette production suffit à démontrer que nous ne parlons pas de masses, mais de niches (dans lesquelles, reconnaissons-le, certains phénomènes de masse peuvent se déclencher avec la violence d'une avalanche) ; les maisons britanniques publient à peine 160 000 titres par an (2004). L'Allemagne, le deuxième plus gros producteur de nouveaux livres, en sort à peu près la moitié : à peine 80 000 nouveautés pour presque 90 000 titres dans l'ensemble (2005). Dans la moyenne inférieure, on compte la Pologne avec 20 000 titres (dont 12 000 nouveautés), le Danemark avec près de 15 000 titres et le Portugal avec à peu près 12 000 titres. Comme nous l'avons déjà dit : ce sont des chiffres approximatifs car les statistiques de production ne font pas toujours la différence entre les nouveautés, les rééditions, les réimpressions, etc. Une grande partie de ces titres relèvent de la littérature ou des ouvrages de jeunesse, en moyenne entre dix et vingt pour cent.

Comparer ces chiffres tout à fait impressionnants dans certains cas au nom-

bre des traductions n'est pas seulement instructif, mais également décevant : près de cinquante pour cent des traductions dans une autre langue européenne proviennent de l'anglais ou de l'américain. Certains initiés, qui se fondent sur des données assez convaincantes, parlent même de soixante-dix pour cent. Un regard dans les données numériques de la Pologne semble le confirmer : selon les statistiques établies par la Bibliothèque nationale, en 2004, le nombre des traductions de l'anglais (l'américain) se montait au chiffre coquet de 3180 titres, ce qui constitue soixante pour cent des traductions. Une bonne moitié de ces titres relevait de la littérature (1602). Les traductions de l'allemand constituaient, avec 577 titres, le deuxième groupe le plus important (onze pour cent), dont près d'un quart relevait de la littérature (116 titres).

Le reste se partage entre les autres langues. Il ne s'agit toutefois pas de quinze ou vingt langues (et pas non plus des vingt-et-une langues qui, dès 2007, composeront, avec le gallois et l'irlandais, le groupe des langues officielles de l'UE), mais, au moins théoriquement, bel et bien d'une centaine. Nous pouvons bien sûr écarter le mannois, le gagaouzien ou l'asturien lorsque nous comparons les littératures, et ne pas élever les traductions en rhétoroman, en catalan ou en sorbe au niveau d'un critère d'évaluation de la pratique européenne de la traduction, mais même dans ce cas, ce sont plus de trente langues qui se partagent les trente ou quarante pour cent restants des traductions. Si on accepte que, parmi les trente pour cent restants se trouvent les langues « fortes » de la seconde ligue, c'est-à-dire l'allemand, la langue représentée par le groupe de locuteurs natifs numériquement le plus

grand au sein de l'UE, puis l'espagnol, le français et l'italien, on perd vite ensuite le courage de vouloir manipuler les pourcentages. Et il n'y a aucune consolation à signaler que, premièrement, l'albanais est bien représenté grâce aux livres d'Ismail Kadaré qui sont assez souvent traduits et que, deuxièmement, l'Albanie ne fait pas partie de l'UE et que sa langue et sa littérature ne sont de ce fait pas prises en compte...

La part des traductions dans la production de livres est d'ailleurs très variable et il n'est pas surprenant qu'elle soit assez élevée sur des marchés comparativement restreints, comme celui de la Hollande ou de la Hongrie (vingt à soixante pour cent), et plutôt faible sur des marchés plus grands (Grande-Bretagne moins de deux pour cent). L'Allemagne surtout, mais aussi l'Espagne, occupent une position exceptionnelle avec leur part élevée de traductions (en 2003, en Allemagne, plus de douze pour cent, à présent sept pour cent), ce qui les rend intéressantes pour les écrivains et les traducteurs de langues fonctionnellement secondaires.

Ce n'est que trop évident : nous sommes loin d'une imprégnation réciproque des milieux littéraires et loin de voir les lecteurs de l'UE accéder de la même manière au monde intellectuel des artistes

Nous sommes loin d'une imprégnation réciproque des milieux littéraires et loin de voir les lecteurs de l'UE accéder de la même manière au monde intellectuel des artistes européens.

européens. Peut-être n'est-ce pas si grave après tout et les oiseaux de mauvaise augure ont-ils raison lorsqu'ils déclarent : « Le livre ne fonctionne plus comme média des échanges linguistiques et intellectuels transfrontaliers ». Il fallait néanmoins le mentionner.

L'encouragement de la littérature en Europe

Et pourtant, le livre reste un produit essentiel dans la corbeille de la politique culturelle extérieure et les gouvernements n'hésitent pas à l'utiliser à l'étranger comme un média inspirant la sympathie. Même l'Union européenne y met du sien en contribuant aux programmes d'encouragement – bien que son aide soit encore hésitante, plutôt symbolique.

Durant les six années de fonctionnement du programme de l'UE « Culture 2000 », la Commission a dépensé en tout 8 576 671 euros pour 338 projets de traduction. Comme le montre une analyse du Budapest Observatory, 187 éditeurs de 19 pays de l'UE en ont profité. Seuls le Luxembourg, Malte, Chypre, la Belgique et le Portugal sont restés les mains vides. Nul besoin de longs développements pour constater que ces dépenses occupent une place si minime dans l'ensemble du budget de traduction qu'on peut les négliger : par an et par projet un peu plus de 4000 euros. Statistiquement, selon le très salubre Budapest Observatory, cela fait, entre 2000 et 2005, à peu assez d'argent par citoyen pour pouvoir traduire un seul mot de six lettres. Quelle chance que le mot n'ait pas eu quatre lettres !

Les Budapestois sans arrière-pensée ont également appris ce qu'il en coûtait de rendre justice à la diversité linguisti-

que en dehors des belles-lettres : alors que « Culture 2000 » distribuait la somme de 2 millions d'euros à des maisons d'édition pour des traductions, la mise à disposition de facilités d'interprétariat et de traduction non utilisées dans les installations de l'UE, du Conseil, de la Commission et du Parlement en a coûté 10 millions.

Les coûts de l'eurocratie constituent un sujet de discussion permanent, néanmoins ce n'est pas pour cette raison que je donne cet exemple, mais parce que le facteur de coût « traduction » provoque souvent des désordres sur le marché du livre et empêche peut-être la diffusion des littératures d'Europe. Tout récemment, l'écrivain et éditeur munichois Michal Krüger a perdu patience face aux traducteurs littéraires exigeant d'être mieux rémunérés et il a publiquement détaillé ses comptes. Le Börsenverein des deutschen Buchhandels a même émis l'hypothèse que le ralentissement des cessions de licences pourrait avoir pour cause cette discussion et d'autres similaires³.

Des livres dignes d'être encouragés ?

Les maisons d'édition se plaignent que les frais de traduction les mènent à leur perte. Si, face à ce reproche, les subventions de Bruxelles ne contribuent pas vraiment à décrire la situation, il n'en est pas toujours de même pour ce qui est des programmes de promotion nationaux. Prises séparément, les aides diffèrent beaucoup de pays à pays. Il n'existe pas de statistiques fiables permettant d'établir de véritables comparaisons. Si nous examinons les nouveaux pays membres et, entre autres, ceux de l'Europe centrale et orientale, les données réunies par Alexandra Büchler, dans le cadre du programme

« Literature Across Frontiers » du Centre Mercator de l'Université du Pays de Galles, peuvent être d'une grande utilité.

Selon elles, c'est la Pologne qui affecte de loin le plus de fonds à la traduction – 273 890 euros en 2005 – alors que les Etats baltes fonctionnent avec des sommes allant de 20 000 à 30 000 euros. En Hongrie, la fondation responsable du Ministère de la culture disposait de 120 000 euros en 2003. En 2005, elle disposait d'à peine plus de 80 000 euros⁴.

Par rapport à la production de livres (hors les traductions à partir d'une langue étrangère), la part statistique de soutien par livre est de cinq à dix-huit euros. A supposer qu'on ait besoin de 1000 à 10 000 euros d'aide pour payer les honoraires de traduction et/ou les frais de licence de chaque livre, la situation est loin d'apparaître confortable. En revanche, si on réalise que, pour les traductions entre petits marchés, deux nouveaux titres représentent déjà une augmentation de cinquante pour cent par an des traductions à partir d'une telle langue, alors un encouragement de cette importance semble tout à fait judicieux et réaliste.

N'oublions pas, en ce qui concerne la politique culturelle étrangère et le produit culturel « livre », que les instituts culturels des différents pays à l'étranger n'hésitent pas à jouer les bailleurs de fonds. Les participations sont assez faibles : 500 à 1000 euros suffisent souvent. De cette façon, s'ajoutent fréquemment une deuxième, une troisième ou une quatrième subvention qui, en fin de compte, exemptent effectivement l'éditeur de l'ensemble des frais de traductions, de licence et quelquefois même d'impression. Que dans l'ours d'une anthologie de 300 pages, on remercie douze institutions de dix

pays pour leur soutien, n'est certes pas la règle, mais cela arrive.

Dans l'ensemble, on assiste depuis la fin des années quatre-vingt-dix à une professionnalisation marquée des organismes et des programmes chargés de la promotion du livre et de ses traductions – surtout dans les nouveaux Etats membres d'Europe orientale. Il convient, à propos de la mise en place ou du développement de ces programmes, de ne pas sous-estimer l'importance et l'effet de stimulant du programme des pays hôtes de la Foire de Francfort, organisé par le Börsenverein des deutschen Buchhandels : les fonds de traduction de la Lituanie, de la Pologne ou de la Hongrie ont tous été créés à la suite de ces invitations et se sont développés dans cette confrontation et cette concurrence réciproques et lors de présentations communes dans les foires de livres. La Turquie a démontré, en juin 2006, combien ce lien était direct : lorsqu'il a été connu qu'elle était invitée comme pays hôte pour 2008, le Ministère de la culture turc a aussitôt projeté d'augmenter le fonds de traduction.

Outre l'encouragement à la traduction, les centres nationaux du livre ou de la littérature se préoccupent, en règle générale, des autres aspects de la promotion du livre, de la littérature, de la lecture ou de la documentation. Ils constituent ainsi les premiers services et sources d'information pour les journalistes, les éditeurs et les organisateurs étrangers de manifestations littéraires.

Il n'est pas rare cependant que les ambitions se heurtent à la réalité, que les difficultés de collecte et d'entretien des données soit sous-estimées. Tous les sites Internet et toutes les banques de données sont loin d'être entièrement accessibles

dans une langue étrangère (la plupart du temps, l'anglais), seules les banques de données polonaise et estonienne permettent une recherche en plein texte des traductions disponibles d'œuvres nationales, selon Alexandra Büchler⁵.

Certes ces services ne sont pas la seule spécialité des pays d'Europe centrale et orientale, mais ce sont ces pays qui, ces dernières années, nous ont démontré de la manière la plus saisissante combien l'écrivain et son œuvre sont mis au service ou sous la protection de la politique culturelle étrangère, de quelle façon méthodique les Etats travaillent à « rééquilibrer » la « position défavorisée » de leurs littératures sur les marchés étrangers.

Les anciens Etats membres ont tracé la voie. Lorsqu'on examine les programmes et les organismes d'encouragement nationaux, on remarque qu'une sorte de norme s'est établie, dont le modèle historique est probablement celui des Etats scandinaves, en particulier celui de la Norvège : NORLA⁶.

Toutefois l'enthousiasme que l'on peut ressentir à voir les centres du livre et de la littérature adopter le modèle scandinave ne peut oblitérer la conscience de ses propres limites. Prenons une métaphore sportive : ce qui est financé, c'est l'accès des athlètes olympiques au stade. Mais pour ce qui est des médailles ou des performances mémorables, c'est une autre affaire. En d'autres termes : l'affectation de fonds à la traduction ne garantit pas forcément la participation à ce que l'on appelle les élites du discours intellectuel ou littéraire.

Les livres des journaux

Les principes définis dans la « corbeille » 3 de la Conférence sur la Sécurité

Il ne s'agit naturellement pas d'un discours européen sur le monde des idées. Les ouvrages illustrés l'emportent de loin.

rité et la Coopération en Europe (CSCE) de 1975 à Helsinki et visant la diversité culturelle ont souvent été utilisés comme argumentaire par ceux qui revendiquent pour les livres les plus importants une traduction dans toutes les grandes et petites langues d'Europe. Dans les débats sur la diversité culturelle de l'Europe, on voit réapparaître à intervalles réguliers l'idée d'un canon national qui – précieusement traduit et relié – permettrait à tous les citoyens d'Europe d'avoir accès au patrimoine intellectuel de ses nombreux voisins.

Tandis que certains de ces projets ont disparu dans les oubliettes des mandants et que plus d'un sou a été enterré dans des projets de prestige bien intentionnés, conçus en marge du marché, un coup d'œil dans les librairies et les catalogues virtuels des maisons d'édition suffit à constater combien le marché lui-même a su interpréter et mettre en pratique le mandat de la corbeille 3 à son profit.

Lorsqu'en 2002, le quotidien italien *La Repubblica* décida d'adjoindre des livres à son journal, on crut avoir trouvé la clé de la diffusion massive de livres en traduction. C'était non pas un programme de soutien étatique, mais bien la masse pure et simple qui faisait baisser le prix des livres et les remettait en main propre au lecteur de journaux. Sous l'appellation « Bibliothèque du XX^e siècle », vingt millions de livres ont ainsi été vendus pour 112 millions d'euros de chiffre d'affaires.

Il ne s'agit naturellement pas d'un discours européen sur le monde des idées. Les ouvrages illustrés l'emportent de loin : encyclopédies, guides à travers des galeries de peintures virtuelles ou réelles, monde des animaux, ciels étoilés, on retient les ouvrages instructifs, colorés

et artistiques, les romans policiers ou d'aventure. Mais aussi – à l'occasion – la littérature de qualité et des livres pour la jeunesse.

L'idée a fait école. On a l'impression que les professeurs du monde se sont donné le mot pour jalonner notre pensum de lecture et nous le faire ingurgiter avec le journal du matin. Dans toute l'Europe. Avec, cependant, un succès inégal : si en France, le nombre des collections ainsi produites reste faible, le marché des suppléments livresques est en plein essor en Pologne, et même le Portugal et la Belgique n'y ont pas mal réussi. Et si les Britanniques peuvent s'approvisionner en DVD et autres suppléments en achetant leur journal, en Espagne et en Allemagne, plusieurs collections de livres se font concurrence en même temps.

Outre les nombreuses encyclopédies et séries historiques, on trouve la plupart du temps une série intitulée « Classiques du XIX^e ou du XX^e siècle » et qui présente les œuvres de prose les plus importantes du monde entier. Une forme informelle de canon littéraire. Même s'il n'est fait état d'aucune prétention de ce genre et que le choix n'est dicté par aucune autorité scientifique littéraire.

Pourtant, justement parce que ces collections sont dans une certaine mesure anonymes, mais composées avec beaucoup de soin et selon les besoins des marchés locaux, il est intéressant de voir en quoi et dans quelle mesure elles se ressemblent ou se distinguent d'un pays à l'autre. Trouve-t-on Graham Greene dans la sélection de l'Estonie comme dans celle du Portugal ou de l'Irlande ? Catch 22 est-il un titre que tout le monde (ou presque) lit ? Trouve-t-on surtout des lauréats du Prix Nobel ? Est-ce que des livres de

poésie, mais difficiles, comme l'Odyssée ont une chance auprès du public de journaux ?

Pour des raisons personnelles, je me suis d'abord intéressé aux premières collections de ce genre du quotidien munihois *Süddeutsche Zeitung* SZ et du journal varsovien *Gazeta Wyborcza* : j'avais remarqué que seuls trois titres étaient identiques dans les quarante composant la série polonaise et les cinquante composant la série allemande : *Le Nom de la rose* d'Umberto Eco, *Tortilla Flat* de John Steinbeck et *Un amour de Swan* de Marcel Proust. Cela peut paraître naïf, mais je m'étais attendu à ce qu'un nombre plus important de titres se « recourent ».

En approfondissant ma comparaison, je me suis aperçu que huit écrivains figuraient dans les deux collections, mais avec des titres différents : Günter Grass a trouvé place dans la série du SZ avec son livre *Le chat et la souris* alors que les lecteurs polonais ont eu le plaisir de lire *Le Tambour*. De Hermann Hesse, les lecteurs allemands ont reçu *L'ornière* alors que les Polonais lisaient *Le Loup des steppes* ;

On trouve la plupart du temps une série intitulée « Classiques du XIX^e ou du XX^e siècle » et qui présente les œuvres de prose les plus importantes du monde entier. Une forme informelle de canon littéraire. Même s'il n'est fait état d'aucune prétention de ce genre et que le choix n'est dicté par aucune autorité scientifique littéraire.

pour Franz Kafka, c'était L'Amérique en allemand et Le Procès en polonais ; pour Graham Greene Le Troisième homme en allemand et Le Fond du problème en polonais ; Milan Kundera est présent avec L'Insoutenable légèreté de l'être dans la série allemande et La Plaisanterie dans la polonaise ; Joseph Conrad avec Au Cœur des ténèbres en allemand, L'Agent secret en polonais et enfin, Julio Cortázar avec L'Homme à l'affût en allemand et Marelle en polonais.

Il va de soi que la liste polonaise comprend plus d'écrivains polonais que la liste allemande (Gombrowicz, Iwaszkiewicz, Kapuscinski, Konwicki, Lem, Milosz). Le seul écrivain polonais présent sur la liste allemande est Andrzej Szczypiorski, et il est absent de la liste polonaise.

Evidemment, on pourrait utiliser de nombreux critères pour comparer ces listes et on reste conscient qu'elles ont aussi été dictées par d'autres nécessités (comme la disponibilité des droits de reproduction, par exemple, car bien sûr, les maisons d'édition de livres sont furieuses de voir leurs titres bradés à des prix allant de quatre à cinq euros) qui n'ont souvent rien à voir avec un choix délibéré. Malgré tout, il est remarquable que Vladimir Nabokov (avec, bien évidemment, Lolita) et George Orwell avec 1984 aient trouvé place sur la liste polonaise, mais pas sur l'allemande.

Si on s'attache aux autres listes, on remarque que George Orwell est retenu par la Slovaquie, l'Italie et l'Espagne – avec Hommage à la Catalogne par le journal El País et La Ferme des animaux par l'Italien La Repubblica. Le contre-projet social d'Aldous Huxley, son roman Le Meilleur des mondes, n'apparaît en revanche que dans la collection de El País. Dans les

quatre listes comparées, on trouve Joseph Conrad avec, néanmoins, différents titres, et souvent Heinrich Böll (avec également des titres divers). Le roman de Mikhaïl Boulgakov, Le Maître et Marguerite, est très apprécié (Pologne, Espagne, Italie, Slovaquie), de même que les romans rendus célèbres par le cinéma, Gatsby le magnifique de Scott Fitzgerald et le Patient anglais du Canadien Michael Ondaatje.

Dans les pays où ces collections remportent du succès, on se dépêche de rajouter des titres supplémentaires selon des combinaisons toujours renouvelées, non que tout cela ait permis de multiplier les découvertes étrangères, on se contente plutôt de cultiver les classiques « établis » : le quotidien hongrois Népszabadság a fait un essai avec les classiques du XIX^e siècle.

Mis à part Dostoïevski, Tourgueniev, Sienkiewicz, Tolstoï et Tchekhov, la littérature occidentale se taille la part du lion. Et même la présence de Tolstoï et de Dostoïevski sur une liste de cinquante romans en catalan ne fait que confirmer ce que tout le monde sait : qu'il existe quelques écrivains russes qui font partie de la littérature universelle du XIX^e siècle. Mais au-delà, plus rien : aucun écrivain « oriental » du XX^e siècle n'a été admis dans la collection-canon originale de l'Italie ; en Espagne, on trouve Le Maître et Marguerite de Boulgakov, le classique standard, Nabokov également, quelquefois Soljénitsine.

Et rien ne laisse encore présager que le « canon littéraire occidental » s'enrichira d'écrivains du XX^e siècle des nouveaux pays membres pour devenir un « canon littéraire occidendo-oriental ». En ce sens, la lettre d'un lecteur de Suisse, un

monsieur Mahr, est presque rassurante. Il écrit : « Quand je fréquentais l'École des libraires de Berlin, entre 1953 et 1956, nous comparions l'histoire de la littérature universelle de 1928 avec les titres de 1955. L'histoire de la littérature d'Eduard Engel portait le titre pertinent de « Was bleibt ? Die Weltliteratur » (Que reste-t-il ? La littérature universelle). Durant les vingt-sept années suivantes, il n'en est resté que cinq pour cent. »⁷ Si, avec le temps, tout devient aussi inconsistant, l'ignorance reste tolérable.

Et on ne peut que douter de la pertinence de certaines revendications : à les entendre, les collections de livres devraient présenter une meilleure sélection, capable de contribuer à l'élaboration de nouveaux « canons » et d'élargir l'horizon littéraire du lecteur européen. Les stratégies commerciales responsables affirment sans ménagement que leur premier objectif n'est pas la lecture : « L'envie de collectionner dix à trente-cinq livres sur un certain sujet ne dépend pas de la volonté de les lire ou non. Ce qui fait le succès d'une série, c'est davantage une publicité bien faite, une diffusion efficace, un bon concept et un bon rapport qualité-prix. »⁸

N'empêche que cela ne ferait pas de mal d'essayer. Mais peut-être attend-on trop du livre et de la littérature si, en route

vers l'Europe, on les utilise comme bêtes de somme pour la diversité culturelle et le dialogue interculturel.

Qu'elle bénéficie du soutien de l'État ou soit classée en séries par le commerce. Peut-être serait-ce intéressant, au moins une fois, d'examiner les habitudes de lecture plutôt que la production de livres. Dans le prochain rapport sur l'Europe.

Albrecht Lempp est, depuis 2003, membre du Comité directeur et directeur de la Stiftung für Deutsch-Polnische Zusammenarbeit (Fondation pour la collaboration germano-polonaise). Il est docteur en sciences humaines et slavistique, il est gestionnaire de la culture et traducteur de littérature polonaise en allemand. Membre du Conseil de la Fondation culturelle Haus Europa et de l'Association Villa Decius. Il est également actif auprès de l'Institut allemand de la Pologne de Darmstadt et vice-directeur de l'Institut Adam Mickiewicz. Directeur et fondateur du groupe de travail Littérature « Polen 2000 ».

¹ Wischenbart, Rüdiger: « Das Spielfeld ist zerrissen : Der globalisierte Buchmarkt. », article du 9.5.2006 sur www.perlentaucher.de.

² Buch und Buchhandel in Zahlen 2005. Edité par le Börsenverein des deutschen Buchhandels. Francfort sur le Main 2005, p. 72.

³ Frankfurter Allgemeine Zeitung, 11.1.2006, p. 31 respectivement Buch und Buchhandel in Zahlen 2006, p. 69.

⁴ Présentation des 23 et 24 juin 2006, à Vienne, lors d'un congrès de la Fondation Next Page et du Kulturkontakt Austria consacré au sujet « Promoting translations – ideas, practices, innovations ».

⁵ « Promoting translations... », voir note 7.

⁶ Littérature de Norvège à l'étranger, œuvres littéraires et spécialisées.

⁷ Lettre de lecteur au Spiegel 43/2006 à propos d'un article sur le marché du livre paru dans le Spiegel 41/2006.

⁸ Présentation du Paperview Group de Belgique sur leur site Internet www.paperviewgroup.com.

UNE MAISON (DE LA LITTÉRATURE) POUR

LE CONTINENT Les maisons de la littérature sont un modèle d'avenir pour la diffusion de la littérature. En Allemagne, on s'est rendu compte que les amateurs de culture n'étaient pas seuls à s'y intéresser, mais que tous les domaines communaux profitaient de ces maisons : il s'agit donc d'exploiter ce potentiel pour établir un réseau transfrontalier. *Florian Höllerer*



Durant les vingt dernières années, les maisons de la littérature ont connu un véritable boum en Allemagne, en Autriche et dans la Suisse allemande. Partant de Berlin, cette fièvre de maisons de la littérature n'a pas seulement saisi toutes les grandes villes, mais aussi, de plus en plus, les villes moyennes comme Kiel, Darmstadt, Magdeburg, Wiesbaden, Rostock ou Nuremberg. Oui, on peut dire que les maisons de la littérature font maintenant partie intégrante du paysage urbain – au même titre que les théâtres, les musées, les salles de concert ou les cinémas.

Indépendamment de cela, il existe des maisons de la littérature partout en Europe. Un regard vers la Pologne, par exemple, nous fait découvrir de grandes

institutions municipales comme le Nadbaltyckie Centrum Kultury (centre culturel balte) à Dantzig et des maisons privées comme Pogranicze (région frontalière) à Sejny, qui sont organisées en fondations. Comme il est de tradition, on trouve également dans tous les pays de l'Est les maisons des associations d'écrivains qui sont des centres importants de manifestations. On pourrait ainsi traverser l'Europe et continuer à énumérer ces maisons de toutes sortes que sont, par exemple, la Villa Gillet à Lyon, la Maison de la Poésie à Paris, la Casa delle letterature à Rome, la Maison internationale de Bruxelles, qui a été fondée en 2004 sous le nom de Passa Porta, la Stichting Literaire Activiteiten Amsterdam SLAA qui a fusionné avec le centre culturel De Balie, la première « maison littéraire » du Danemark qui a été créée à Copenhague en 2005 sur le modèle des maisons allemandes ou la maison qui va s'ouvrir prochainement à Oslo.

Toutes ces maisons s'inscrivent dans des traditions culturelles, économiques et sociales particulières : par exemple, le milieu du livre et des lectures français a de tout temps été fortement marqué par les libraires indépendants et influents. Une situation qui se présente autrement en Italie où les kiosques à journaux ont une part croissante dans le marché des livres. Dans ce pays, c'est le festival de lit-

térature de Mantoue qui dicte les normes. Différences aussi en ce qui concerne les formes traditionnelles de manifestations littéraires : écouter un écrivain lire des passages de son livre durant une bonne heure, voilà qui, dans l'espace germanophone – des bibliothèques municipales aux cafés à la mode en passant par les librairies –, est une forme de manifestation absolument normale ; pour un public français ou portugais, en revanche, c'est plutôt l'exception que la règle.

L'intuition de ces spécificités est déjà la garantie que l'on ne sera pas tenté de tirer des conclusions hâtives et, par exemple, de vouloir implanter telle quelle une maison de la littérature de modèle allemand dans un environnement anglais ou hongrois. Remarquons cependant que ce qui est autre, ce qui est non transposable, peut justement faire jaillir l'étincelle qui donnera au développement de sa propre institution un tour inattendu et novateur. Dans ce sens, il sera ici question de la révolution des maisons de la littérature que l'on peut constater en Allemagne, de quelles spécificités et perspectives.

Des citoyens en mouvement

Situées dans des bâtiments représentatifs du centre-ville, les maisons de la littérature se composent en général d'un ensemble de locaux d'exposition et de spectacle, d'un restaurant et d'un café ainsi que d'une librairie. Ces complexes sont devenus des lieux de rencontre importants dans la ville, des lieux de communication urbaine où divers groupes sociaux échangent leurs idées et où émergent les initiatives et les projets de coopération citoyens.

La condition nécessaire est que la pro-

grammation et la restauration vivent en bonne intelligence, qu'on ait le sentiment que la maison de la littérature commence dès qu'on a franchi le seuil du café (ou de la librairie) ; et pas seulement quand on entre dans la salle de spectacle. C'est ce qui constitue le talon d'Achille du concept dans son ensemble : de nombreuses maisons ont eu, au cours de leur histoire, certaines difficultés à trouver des restaurateurs capables de concilier force de caractère, sensibilité envers le concept de centre littéraire et rentabilité. En revanche, si cette structure fonctionne, alors les maisons de la littérature peuvent jouer un rôle important jusque dans les concepts d'aménagement de la ville et contribuer à développer et à animer des quartiers en friche ou qui ont tendance à se détériorer.

L'ancrage des maisons de la littérature dans la vie urbaine dépend en grande partie de l'histoire de leur fondation et de leurs structures. Les maisons de la littérature sont constituées en associations ou, plus rarement, en fondations et travaillent en toute indépendance. La plupart du temps, elles ont des centaines, sinon des milliers de membres et sont soutenues par des cercles d'amis. Certes leur fondation – en particulier l'affectation des locaux – est presque toujours subventionnée par les collectivités publiques, c'est-à-dire les villes ou quelquefois les Länder. Mais ce sont en majorité des particuliers qui en prennent l'initiative : des artistes, des éditeurs, des citoyens amateurs de litté-
rature.

Si on réussit à donner une structure rentable aux maisons de la littérature, alors elles peuvent jouer un rôle important jusque dans les concepts d'aménagement de la ville et contribuer à développer et à animer des quartiers en friche ou qui ont tendance à se détériorer.

re, encouragés par des personnalités de la ville juridiquement, économiquement ou politiquement influentes, déclenchent le processus de fondation. Des programmes organisés au bénéfice de ces maisons par des écrivains de renom et des institutions culturelles sympathisantes, actives dans d'autres disciplines artistiques, aboutissent souvent à des campagnes de collectes de fonds très efficaces. Stimulés par l'intérêt croissant des médias ainsi que par les subventions coups de pouce de fondations ou d'entreprises, des mouvements de citoyens éminents se forment, qui s'identifient tellement à la cause de la littérature, financièrement et idéellement, qu'ils restent fidèles aux maisons même après que leur fondation a réussi.

La propriété des locaux, respectivement leur utilisation gratuite ou contre un loyer modéré, est une donnée essentielle pour le fonctionnement de l'institution. Les revenus provenant de la location du restaurant et de la librairie font en général partie du budget de la maison. De plus, les salles de spectacle sont également louées à des organisateurs externes, culturels (associations, fondations, cercles de lecture...) ou non (congrès spécialisés, mariages...). La deuxième source de revenus se compose des aides accordées par les fondations, des dons et du mécénat. La troisième source de revenus provient des cotisations annuelles des membres et la quatrième des billets d'entrée. Si nous prenons, par exemple, la maison de la littérature de Stuttgart, toutes ces sources de revenus ensemble représentent deux bons tiers du budget. Le reste est couvert par les deniers publics, en particulier les contributions annuelles de la ville et les fonds de projet du Land. Même si le rapport entre le financement public et le fi-

nancement privé diffère passablement de ville en ville, ce genre de calcul mixte fait partie des principes de base du concept de maison de la littérature. La société civile assume une grande part de cette responsabilité matérielle.

Une programmation sur le long terme

Ces dix dernières années, la politique culturelle tend à réduire le financement de base des institutions culturelles au profit de projets ou de grands événements exceptionnels. L'avantage d'une telle démarche: plus de flexibilité, une marge de manœuvre plus importante. Suspension des droits coutumiers, dynamisation des budgets bloqués par les aides récurrentes. Mais, dans le domaine de la littérature, les inconvénients de cette évolution sont en revanche considérables. Elle menace la permanence et la continuité du travail. Il ne s'agit pas seulement d'innover, il s'agit de poursuivre un développement, suivre des thèmes et des discussions sur la durée et selon différents points de vue, de rester en contact avec les écrivains et d'observer leur évolution durant des années: voilà les valeurs sur lesquelles fonder la confiance et la fidélité du public. Présenter la littérature sur des bateaux, dans les aéroports, dans des jardins zoologiques et botaniques ou dans des galeries marchandes peut avoir un effet de stimulant, mais à haute dose, cela aussi peut être lassant et produire l'effet inverse.

Pour ce qui est de la continuité, les maisons de la littérature remplissent toutes les conditions nécessaires: comme les théâtres, les opéras, les salles de concert ou les musées, elles tablent sur le système de l'intendance; elles s'efforcent de se donner un profil personnel, expérimen-

tal, loin de la pesanteur et de la tiédeur habituelles aux commissions. Fondamentalement, l'ambition est, non pas de réagir passivement aux tournées de lecture organisées par les maisons d'édition, mais de réaliser des programmes individuels en prenant des risques : par exemple, en organisant des mois thématiques, en commandant des contributions originales, en réunissant des tables rondes insolites ou en préparant des séries de manifestations qui restent attachées à un écrivain, un genre ou une thématique pendant des mois. Le pivot et la charnière de la programmation reste, dans toutes les maisons, la lecture classique suivie d'une discussion, modérée par un critique connu dans la ville ou par un collègue de l'écrivain. Cela peut aller du jeune écrivain de polars domicilié dans le lieu à une nuit de la poésie ukrainienne en passant par la présentation de grandes personnalités comme Imre Kertész, Jonathan Franzen, Michel Houellebecq ou Orhan Pamuk, pour lesquelles les maisons (disposant en moyenne de deux cents places) doivent déménager dans des théâtres ou des salles de concert cinq fois plus grands.

Les temps sont finis où l'on se rendait à des manifestations littéraires plus par générosité ou par un sentiment du devoir, sans payer d'entrée, bien évidemment. Le public a acquis l'assurance – surtout par le bouche-à-oreilles – de vivre, dans la maison de la littérature, des soirées lumineuses et uniques qui ne le cèdent en rien au cinéma ou au théâtre. Et aller vers le public ne signifie pas justement faire preuve de laxisme ou enlever à la littérature son aiguillon anarchique. « Exigeant » n'est pas le contraire de « populaire ». Impossible de conserver les faveurs du public sans lui offrir des challenges constants.

Les maisons de la littérature se montrent également présentes dans la journée, de deux façons : les expositions et les ateliers d'écriture. Les premières peuvent comprendre des présentations de bandes dessinées dans la salle de spectacle ou des expositions itinérantes de grande envergure et conçues par des commissaires externes ; centrées autour de thèmes comme « Hannah Arendt » ou « Les enfants Mann », elles peuvent être vues dans des galeries, sont accompagnées d'un programme parallèle et trouvent un écho suprarégional. Elles sont également intéressantes pour les groupes scolaires et attirent ainsi, aujourd'hui déjà, nos visiteurs de demain. Cela vaut aussi pour les ateliers d'écriture, qui s'adressent dans la plupart des maisons aux jeunes, et, dans quelques-unes, aux adultes. Ces dernières années des projets ont été lancés qui sont financés par des fondations, collaborent avec les écoles, éditent des publications, cherchent à établir des contacts par-delà les frontières nationales tout en engageant les écrivains de la ville comme enseignants et en les impliquant durablement dans le travail de la maison.

A la recherche de liens

Le mot décisif pour le travail dans les maisons de la littérature, c'est « coopération ». Seule une part infime de soirées se déroulent sans partenaires de manifestation. Cela peut être un institut culturel étranger, une maison d'édition, un institut universitaire ou une fondation, mais aussi une radio, qui retransmet les séries d'entretiens des maisons, les journaux qui, en collaboration avec les maisons, commandent des essais, un grand musée qui permet à un écrivain de présenter son

tableau favori, un théâtre qui s'associe à la maison de la littérature pour inviter Michael Frayn à une lecture au moment où est programmée la pièce *Kopenhagen*, un opéra qui, à l'occasion de la première de l'œuvre de Bruno Maderna « Hyperion-Projekt » coopère à une soirée Hölderlin, un bureau d'avocats qui contribue à une table ronde sur l'interdiction du roman de Maxim Biller, Esra, une agence cinématographique qui participe à un festival de poésie slam, et ainsi de suite.

Cela ne signifie en rien que les maisons de la littérature se transforment en bric-à-brac, organisant tout et n'importe quoi, outrepassant systématiquement les limites de leur compétence.

Coopérer avec un partenaire d'envergure permet justement à une maison de la littérature de se concentrer sur son propre profil, même si, prises individuellement, les soirées peuvent franchir les frontières de la littérature vers la musique, l'architecture, la religion, l'éducation ou la politique. Que la promotion d'une soirée par les deux partenaires les amène à mettre en commun leurs ressources, qu'elle conduise à se rencontrer les publics des deux institutions, s'intéressant à deux domaines, voilà qui correspond tout à fait à l'idée que se font les maisons de la littérature de leur rôle de carrefours intellectuels de la ville.

La recherche de synergies dépasse aussi le microcosme d'une seule ville. En termes chimiques, on pourrait dire que les maisons de la littérature sont des molécules à liaison libre insaturée. Accueillant les impulsions qui leur viennent d'autres villes et pays, elles jouent un rôle stimulant d'initiatrices et de détectrices d'idées

Cela ne signifie en rien que les maisons de la littérature se transforment en bric-à-brac, organisant tout et n'importe quoi, outrepassant systématiquement les limites de sa compétence.

pour le tissu urbain. Des maisons comme, à Berlin, le Literarisches Colloquium, qui gère un programme de boursiers, ou la Literaturwerkstatt, entretiennent, depuis des années, des relations avec des institutions étrangères, surtout européennes, et ont ainsi accumulé une somme inégalée d'expériences fécondes.

Les huit grandes maisons de la littérature de l'espace germanophone – Berlin, Hambourg, Francfort, Salzburg, Munich, Cologne, Stuttgart et Leipzig – ont également l'expérience des coopérations : sous l'appellation « literaturhaeuser.net », elles se sont rassemblées en association. A Munich, un secrétariat a été institué dont le financement est paritaire : il coordonne les activités communes des maisons et est en charge du site Internet www.literaturhaeuser.net. La première action commune de toutes ces maisons a été « Poesie in die Stadt ! » : elle avait pour objectif de placarder plus de 3000 affiches imprimées de poèmes contemporains dans toute l'Allemagne. Depuis, elle a lieu tous les étés tout en changeant de thématique et de sponsors à chaque fois. Au cours des années, la coopération a pris des formes diverses : tournées de lectures d'écrivains importants, encore peu connus du public (comme Richard Powers ou Kiran Nagarkar, il y a quelques années) ou projets comme « Transnationale », au cours duquel toutes les maisons ont organisé plusieurs soirées en même temps et sur le même sujet (une littérature transnationale précisément). Tous les ans, lors de la Foire du livre de Leipzig, ce réseau décerne le Prix des maisons de la littérature aux écrivains dont les soirées littéraires ont été particulièrement réussies.

L'avantage pour les maisons de la littérature, c'est que cette association leur

ouvre d'autres facilités de récolte des fonds nécessaires. Les grandes fondations surtout, publiques ou privées, sont heureuses de n'avoir affaire qu'à un seul interlocuteur et de pouvoir, en ne traitant qu'un seul dossier, financer des projets ancrés dans les diverses régions du pays. Ainsi, par l'intermédiaire de ce réseau, les villes bénéficient de fonds qui leur auraient échappé sans la maison de la littérature : un argument d'un certain poids dans la politique municipale. Les relations publiques des maisons s'en trouvent facilitées, en particulier pour ce qui est des projets communs, des stations de radio et des journaux suprarégionaux. En outre, depuis plusieurs années, *literaturhaeuser.net* a conclu un contrat de partenariat avec la chaîne de télévision Arte.

Dans le domaine des réseaux européens, et plus généralement internationaux, le potentiel est loin d'être exploité à fond. C'est le domaine qui place l'association des maisons de la littérature devant les défis les plus importants. Elles ont fait un pas dans ce sens en mettant sur pied un projet conséquent de « greffiers de ville », organisé pour la deuxième fois par *literaturhaeuser.net*, le Goethe-Institut, Arte, la Foire du livre de Francfort et les institutions du pays partenaire : sept villes allemandes possédant une maison de la littérature ont envoyé l'an dernier un écrivain passer un mois dans une ville indienne, avec pour mission de rédiger un journal. On pouvait lire ce dernier, jour après jour, sur Internet. En contrepartie, sept écrivains indiens ont séjourné dans les villes allemandes. Les textes reflètent l'immédiateté de l'écriture quotidienne d'une part, et d'autre part les glissements de perspective induits par la durée du séjour. Deux années auparavant, ce projet

de « greffiers de ville » s'était déroulé en collaboration avec sept villes arabes, le candidat pour 2008 est la Turquie.

Voici donc trois bonnes raisons prouvant que le modèle des maisons de la littérature a de l'avenir. Une raison supplémentaire ressort de cet exposé : la littérature n'est pas cette plante malin gre pour laquelle les villes doivent créer des sortes de réserves comme s'il s'agissait d'une espèce en voie de disparition. Au contraire. Des racines solides attachent la littérature à la société et contribuent à renforcer durablement et sur le long terme la cohésion de cette dernière. Les plus grandes bénéficiaires de l'ouverture de ces maisons sont les villes elles-mêmes. Leurs investissements sont récompensés au centuple de multiples manières.

Florian Höllerer dirige la Maison de la littérature de Stuttgart depuis 2000. Il a fait des études de langue et culture allemandes et de langues romanes ; « assistant instructor » à l'Université de Princeton durant deux ans, il a obtenu le Prix d'honneur de l'Académie des Sciences, Belles Lettres et Arts de Lyon et a occupé un poste de projet au Goethe-Institut de Bruxelles pour élaborer le programme de capitale culturelle Bruxelles 2000.

La perspective de devenir membre est un formidable moyen de favoriser les « open societies ». Lorsque l'Europe agit unanimement – comme dans le cas de l'Iran – elle parvient à convaincre les autres – y compris les Etats-Unis – de reconsidérer leur position rigide. Mais l'UE n'exploite que trop rarement cette chance.

George Soros, banquier et promoteur d'une « société ouverte »





UNE SCÈNE POUR LE THÉÂTRE EUROPÉEN L'Europe est la patrie du théâtre. Les festivals, ces occasions ouvertes de rencontres, offrent une plateforme idéale aux échanges culturels : les artistes y présentent diverses disciplines et suscitent ainsi l'intérêt pour leur œuvre, une offre culturelle exceptionnelle est mise à la disposition du public, et surtout, les festivals font fonction de moteur de l'économie régionale. *Bernard Faivre d'Arcier*



Même si on donne parfois au mot de festival une origine ancienne (en évoquant Bayreuth ou Orange), la notion même de festival est relativement récente. Elle va de pair avec la civilisation des loisirs, les grandes migrations estivales, l'expansion des médias. Pour Avignon par exemple, le plus connu et le plus ancien des festivals français, son fondateur Jean Vilar, comédien et metteur en scène, n'aurait jamais imaginé, en 1947, le succès et surtout l'extension géographique du phénomène festivalier. Dans son esprit, le festival était un moyen de plus pour regrouper un public jeune et lui faire partager les valeurs esthétiques et morales qu'il entendait promouvoir, mais ce n'était qu'un moyen parmi d'autres.

Mais, il s'est avéré qu'au lendemain de la

Seconde Guerre mondiale, les festivals sont nés au même moment et dans plusieurs pays. Aix-en-Provence, festival lyrique, est né un an seulement après Avignon et Edimbourg ou Recklinghausen a le même âge qu'Avignon. C'est pourquoi on peut parler d'un phénomène à la fois social et historique qui correspondait à l'esprit du temps, qui était et reste consubstantiel à la société de loisirs et de communication qui est la nôtre.

Depuis, les festivals n'ont cessé de se multiplier au point qu'on ne sait plus les dénombrer. Aux dernières statistiques, on chiffrait le nombre de festivals en Europe de l'Ouest à plus de 3000. Mais on en annonce toujours plus comme s'il s'agissait de la multiplication de petits pains bénits pour le tourisme et l'économie locale. La Hongrie, par exemple, affiche délibérément l'objectif d'un bon millier de manifestations que les autorités locales baptisent allègrement « festivals »...

Le festival est-il soluble dans le tourisme ? N'y a-t-il point trop de festivals ? Le public n'est-il pas épuisé par le concept de festival ? A l'évidence, il y a une saturation de ce qui est devenu plus une formule qu'un état d'esprit. Certains statisticiens en viennent à classer les festivals selon les catégories les plus diverses : la taille, la date, la discipline... L'Europe fait étalage d'un nombre incroyable de manifestations.

De fait, il faudrait ne réserver le terme de festival qu'aux manifestations tournées vers la création et notamment la création internationale. Car le vrai rôle d'un festival est d'aider les artistes à oser, à entreprendre des projets, des actions qu'ils n'auraient peut-être pas l'occasion de présenter dans le cadre d'institutions permanentes. Cependant, on ne peut laisser ce label magique aux seuls festivals de création, lesquels restent d'ailleurs fort peu nombreux. Il faut bien reconnaître que les festivals continuent à jouer un grand rôle dans la diffusion des œuvres elles-mêmes et que c'est là un point positif.

On sait que, un peu partout en Europe, de plus en plus de spectacles connaissent des difficultés de diffusion, essentiellement dans le théâtre public ; et tout particulièrement dans les pays où l'activité théâtrale est fondée sur une multitude de petites compagnies travaillant projet par projet. A la différence des pays comme l'Allemagne ou les Etats d'Europe centrale qui disposent de théâtres de répertoire dont les acteurs permanents ont l'assurance de jouer toute la saison. En France, en revanche, on assiste à un déséquilibre économique entre production et diffusion. Une très forte augmentation de l'offre des spectacles, voire une surproduction, a entraîné un encombrement des circuits de diffusion, une saturation de la communication, voire une certaine fatigue du public.

Et, précisément les festivals servent alors de bouffée d'oxygène à bien des spectacles dont certains d'ailleurs ne sont plus conçus qu'à cet effet. Ils permettent d'accroître le nombre de spectateurs, d'élargir « le cercle des connaisseurs » pour repren-

Une très forte augmentation de l'offre des spectacles a entraîné un encombrement des circuits de diffusion, une saturation de la communication, voire une certaine fatigue du public.

dre l'expression de Brecht.

Dans d'autres pays d'Europe, on n'en est pas, cependant, à se plaindre de saturation. Tout l'est de l'Europe a adopté depuis longtemps la formule du festival, mais les occasions de faire circuler d'un pays à un autre des œuvres ne sont pas si nombreuses notamment dans le sens est/est.

Par exemple, des pays baltes vers la Bulgarie ou de la Roumanie vers la Pologne, mais nul doute qu'on assistera, dans cette partie du continent européen, à une multiplication des festivals. La forme festivalière a-t-elle encore gardé un sens ? Ce qui caractérisait un festival, c'était alors son caractère d'exception. Festival rime avec carnaval autant qu'avec estival. C'est ce qui a fait le succès d'un festival comme Avignon et sa longévité (60 ans) : une rencontre d'été sur trois à quatre semaines dans une ville historique, accessible à pied où tous les amateurs de théâtre peuvent se retrouver...

Tel est le visage que l'opinion publique a d'un festival et c'est la raison pour laquelle les grandes capitales européennes, du fait de leur étendue mais aussi de la profusion d'activités qu'elles offrent à tout moment de l'année, ont du mal à faire ressortir l'identité de leur festival. Et pourtant, il n'y a pas de grande ville en Europe qui n'ait pas son ou ses festivals. Certaines d'ailleurs, de Bruxelles à Zagreb, occupent délibérément la totalité du calendrier et répartissent des festivals chaque mois de l'année.

On a souvent opposé les festivals – lieux de fêtes insouciantes – à l'action des « institutions permanentes », principales dépositaires de l'éducation culturelle par la fidélité et la rigueur constantes de leur action culturelle. Cette distinction n'est plus heureusement aussi marquée, parce que, d'une part, les festivals tiennent un rôle

d'initiation et de formation du public et offrent, en fin de compte, une forte visibilité aux lieux permanents et, d'autre part, les centres de diffusion et de production artistiques savent désormais, pour ranimer la flamme de leur public, insérer des moments festivaliers dans leur programmation annuelle.

Mais, il n'en reste pas moins que les festivals continuent d'apparaître aux yeux d'une fraction de l'opinion culturelle comme des événements plus légers et plus frivoles, trop soucieux de leur apparence médiatique et finalement trop nombreux pour envisager un travail sérieux à terme...

A quoi servent donc les festivals aujourd'hui ? A en débattre avec beaucoup de responsables politiques locaux, il y a au moins quatre bonnes raisons d'organiser dans une ville un festival :

1. La première est de donner une nouvelle chance à la démocratisation de la culture. Le festival paraît d'un accès plus facile aux citoyens spectateurs que les institutions culturelles devant lesquelles on passe tous les jours, mais dans lesquelles on ne rentre pas (pour diverses raisons : manque d'informations, coût du billet, obstacle culturel, crainte de ne pas être « de ce monde »). Dans un festival, on se risque plus allègrement et plus fréquemment. Surtout dans un festival de plein air : on profite de l'été, des vacances, on s'y fait des amis, on s'y risque en groupe, on y drague ; les spectacles paraissent plus accessibles et on peut engager, plus facilement, des conversations avec les interprètes de la scène. Tout élu local soucieux, comme il se doit, de voir le maximum de citoyens électeurs se nourrir d'activités cultu-

relles, se réjouit donc de toute période festivalière réussie et se prend à comparer le coût d'un événement de quelques jours au budget annuel d'une institution culturelle en le divisant par le nombre d'« usagers » touchés par la grâce culturelle.

C'est la raison du succès du théâtre de rue, du cirque, sans lesquels désormais il n'y aurait pas de festival plaisant. Un accès facile au spectacle paraît à l'élu local une condition, sinon une garantie, de démocratisation de la culture.

2. Deuxièmement, le Festival donne l'impression ou l'illusion de créer du lien social et de renforcer une identité locale. Le festival est un baume qui peut panser quelques déchirures sociales et susciter l'occasion de nouvelles relations de voisinage, autoriser un relatif brassage social, ne fût-ce qu'un instant. Il peut aussi donner forme au désir identitaire, celui d'une communauté, celui d'un quartier, celui d'un milieu professionnel et on sait que certains élus aimeraient que les artistes s'engagent davantage dans le combat social, qui passe par la réduction des inégalités éducatives et culturelles.
3. Le troisième argument, sans doute plus récent, mais certainement le plus efficace, est que le festival est une bonne opportunité économique. Depuis une quinzaine d'années, des évaluations économiques, plus ou moins imprécises d'ailleurs, ont convaincu les élus mais aussi les commerçants et les milieux économiques locaux, qu'un festival est,

somme toute, une bonne affaire. En termes de retombées économiques sur certains secteurs (pas tous, loin de là) tels que ceux des services : des hôtels aux parkings municipaux, des cafés aux pressings, des magasins de souvenirs aux agences de voyages. On en vient à dire, selon les interlocuteurs, qu'un euro investi dans un festival en rapporte trois quand ce n'est pas dix ! Si on calcule les dépenses de séjour, les recettes des spectacles, les frais de voyage, les salaires induits, les locations d'immeubles ou de matériel... Les municipalités sont d'ailleurs très sensibles au fait qu'un festival se présente souvent comme pourvoyeur d'emplois, même saisonniers (ouvrières, gardiens, serveurs, techniciens, chauffeurs...).

Mais même si ces emplois sont précaires et assez peu qualifiés, ils constituent quand même une opportunité qu'il faut saisir au profit des jeunes, qu'ils soient étudiants ou qu'ils rentrent dans la vie professionnelle.

4. Allant de pair avec le bienfait économique, le festival offre aussi à la collectivité qui l'accueille, une visibilité, une image qu'elle n'aurait point par ailleurs. Le festival est donc un élément parfois central d'une politique touristique qui se poursuit au-delà de la période même du festival. Une ville gagne ainsi, à jamais, un prestige qu'on compare avec ce qu'il faudrait dépenser en termes de publicité et de promotion dans les médias pour arriver à un résultat équivalent. Un bon festival suscite une surface rédactionnelle plus vaste et moins chère que toute campagne publicitaire. C'est la raison pour laquelle il y a une lutte sévère sur le choix des dates de festival pour obtenir celles qui sont les mieux adaptées non seulement au public mais aussi aux médias.

5. Evidemment, il y a une cinquième et dernière raison d'être des festivals et c'est la principale mais elle n'est pas toujours citée à la bonne place : un festival a une utilité artistique et culturelle de premier plan.

Artistique au sens où le festival, s'il a la vocation et les moyens d'une activité de création, permet aux artistes des essais et des audaces qui les changent d'habitudes, de lieux, qui leur permettent de se renouveler, d'échapper aux formats habituels de la représentation. Dans un festival, un spectacle peut durer une demi-heure ou la nuit entière. Il peut être joué en coréen ou en turc ; il peut venir habiter un lieu exceptionnel dont il ne retrouve d'ailleurs pas l'équivalent dans le cadre de son exploitation normale. Un festival doit être un lieu de risque. Intérêt culturel parce que les festivals constituent, du côté des spectateurs des occasions de découverte (comme l'artiste, le spectateur prend plus de risques), d'apprentissage et de discussion avec ses semblables. Les festivals sont des lieux privilégiés de débat, formel ou informel, où courent la parole, la rumeur, la réputation. Comme la plupart des festivals sont des festivals de confrontation ouverts sur l'international, présentant plusieurs esthétiques, mêlant plusieurs disciplines, ils constituent des moments privilégiés pour les artistes de rencontrer leur public, et pour la critique d'être elle-même critiquée. Il revient aux spectateurs de trouver leur bonheur par des chemins qui ne sont pas toujours balisés et il appartient aux spectacles de trouver leur public soir après soir.

Il y a donc bien des raisons de créer encore et encore des festivals. On pourrait d'ailleurs les classer selon leurs dominantes. Par exemple :

- les festivals communautaristes (les femmes, les gays, le 3^e âge...),
- les identitaires : autour d'un groupe local ou d'une expression culturelle ethnique,
- les touristiques,
- les originaux, ceux qui cherchent à tout prix à se démarquer, à occuper une niche où se concentrer sur un seul type d'expression artistique : le premier film, le festival de contes, le photo journalisme, qui sait un jour le festival du dernier spectacle ! Après tout, un festival, s'il s'agit de faire parler de lui dans les médias, peut s'organiser en péniche, en montgolfière, en forêt...

Cependant les festivals doivent garder pour ambition de proposer un ensemble construit et celle-ci devrait les conduire à être plus généralistes que spécialisés. Il faut se souvenir, c'est une évidence, qu'il n'y a plus en art d'école de pensée en théâtre (par exemple des maîtres comme Jerzy Grotowski, Eugenio Barba, Jean Vilar, Ariane Mnouchkine, Peter Brook, Heiner Müller), en musique, en danse, en arts plastiques ni de revendication idéologique qui puisse donner à un festival une unité de doctrine. Il n'y a plus que des festivals de confrontation qui présentent ou mélangent des lignes artistiques – dans le meilleur des cas –, des spectacles éparpillés dans le pire. C'est pourquoi un festival doit toujours garder à l'esprit l'exigence d'un accompagnement du public s'il ne veut pas condamner ses spectateurs à un zapping incessant. Il ne s'agit plus de

réunir des adeptes mais d'aider chacun à se confronter en pleine connaissance de cause aux tendances éclatées de la vie artistique contemporaine.

De l'élite à la masse

Le festival est certes une aventure partagée avec des artistes, mais il n'est pas fait que pour des professionnels. A terme, il ne peut trouver sa justification que dans une relation construite de fidélisation du public. Des publics, pour être plus précis, car on le sait depuis longtemps, ce qu'on appelle public est en fait un rassemblement d'individus qui ont chacun leur histoire, leurs références, leur apprentissage différents.

C'est bien là la difficulté d'un festival de création : s'adresser à des publics hétérogènes par la diversité de leur rapport à l'art. C'est pourquoi on demande aux festivals d'assumer des missions contradictoires. D'être attentif au tissu culturel local mais en même temps de s'ouvrir à l'international. De surprendre les critiques les plus aguerris mais en même temps de ne pas fermer leurs portes aux débutants. De fidéliser un public mais en même temps de le renouveler. De construire un programme cohérent, rigoureux, voire austère, mais en même temps de promouvoir le festif, le convivial, sinon le divertissement.

Certains regrettent cette expansion de la culture de masse d'autant que l'attachement à la valeur artistique ne paraît plus le fait que d'une minorité. Minorité ou élite ? La question est sensible au plan politique car on a vite fait de confondre « minoritaire » et « élitaire ». Or, les publics des festivals ne sont pas composés d'élite au sens que l'on donnait à ce mot au temps de

Un bon festival suscite une surface rédactionnelle plus vaste et moins chère que toute campagne publicitaire.

la lutte des classes... Ce ne sont pas forcément les groupes sociaux les plus riches, les plus tranquillement installés dans la vie qui constituent les publics des festivals. Certes, l'argent demeure un problème. Il peut restreindre objectivement la pratique et la consommation culturelles, mais le principal obstacle à l'accès de la culture n'est pas uniquement financier, il est surtout culturel lui-même.

Plus que le niveau de vie, c'est la référence à l'art et à ses valeurs (la sensibilité, l'émotion, l'imagination autant que la connaissance ou la raison pure) qui est le critère de l'intérêt porté aux choses de la culture. De fait, le goût que l'on porte à ce monde nécessite un apprentissage, une constance dans l'intérêt, une appropriation des rites et cela, quels que soient le mode d'expression et la typologie des arts eux-mêmes. Les musiques actuelles ou le théâtre dit alternatif sont autant constitutifs de groupes séparés, de publics spécifiques que l'opéra ou la danse classique. Tant mieux au demeurant, car l'art ne fait pas forcément bon ménage avec l'unanimité et le consensuel. Somme toute cet éclatement des formes et des publics, qui ne paraît plus un facteur de cohésion sociale, est un signe de la diversité culturelle que l'on met volontiers en avant à ce jour.

Festivals et collectivités territoriales

Les villes, les régions (qu'il s'agisse des départements français, des Provinces italiennes, des Länder allemands...) sont séduites par la formule du festival. Les élus locaux sont donc en première ligne : ils sont les premiers promoteurs et sans doute les premiers bénéficiaires de ces festivals. La formule leur paraît si séduisante qu'ils en viennent parfois à négliger l'ac-

tion culturelle organisée tout au long de l'année. Confondant parfois fête et festival, ils ont tendance à privilégier l'événementiel qui les met eux-mêmes en première page et leur attire la reconnaissance des spectateurs et électeurs, à commencer par le commerce local

Cela dit, un festival a plus d'impact sur la vie culturelle locale qu'on ne pourrait croire :

1. Il est fortement mobilisateur d'un public par ce qu'il constitue une forme aisément médiatisable. Un festival est pain bénit pour les médias. Il pré-mâche le travail de la presse et de la télévision, accumule slogans et logos et constitue une masse critique évidemment plus facilement identifiable qu'un spectacle isolé ou qu'une programmation annuelle soigneusement répartie dans la saison.
2. Un festival est un élément de soutien de la vie culturelle locale, y compris pour les artistes locaux. On a souvent parlé de la rivalité qui a pu caractériser certains festivals, entre artistes « importés » d'ailleurs et travail artistique local. Cela dit, d'une part, certains festivals englobent, annexent ou invitent certains créateurs locaux. Et, lorsque ce n'est pas le cas, on voit apparaître spontanément des manifestations parallèles qui viennent « squatter » ou compléter le festival dit « officiel ». D'autres artistes viennent, ainsi, rejoindre le festival pour se faire connaître et bénéficier de la concentration de spectateurs, de journalistes et de professionnels. Avignon est un bon exemple de cette situation : ce sont les compagnies de la ville qui ont inventé le « Off » et

le festival constitue leur meilleure période d'activité. A Edimbourg, le « Fringe » a même débordé, par une profusion de spectacles inégalée, le festival d'origine.

3. Un festival est aussi un aiguillon qui permet à des créateurs locaux de se comparer, de se confronter, mais aussi de collaborer avec d'autres artistes venus d'autres horizons. En ce sens le festival incite aussi les artistes de sa ville à se réformer, à se développer. C'est ainsi que, le plus souvent, les festivals coopèrent ou utilisent des structures locales sous diverses formes et à différents degrés de collaboration (de la location des locaux, à la coproduction).
4. Un festival permet aussi, souvent, au public – qu'il soit local ou qu'il vienne d'ailleurs – de redécouvrir la ville et son arrière-pays et de s'approprier les espaces communs d'une manière différente des cheminements quotidiens. Un festival de cinéma peut aider à promouvoir un exploitant local. Un festival de théâtre, à accélérer la rénovation de monuments historiques. Et le public peut redécouvrir des lieux insolites, des bâtiments méconnus, des circulations oubliées.

Il n'y a donc plus besoin de convaincre les hommes ou femmes politiques de l'utilité des festivals mais, ce qu'il reste à faire, c'est les aider à préciser leur projet, à conserver le cap de leur exigence artistique et de la formation de leur public. Une ville ne peut lancer n'importe quoi et un festival ne peut pas se poser n'importe où. C'est pourquoi il est capital qu'une collectivité territoriale fasse appel à des professionnels de la médiation artistique.

Car l'expérience prouve qu'un directeur artistique est le plus souvent indispensable dès lors qu'un festival entend mener de pair une exigence artistique et une action culturelle. Tout simplement parce que le directeur artistique est censé savoir d'un côté gérer la relation à l'artiste et de l'autre informer et rassembler le public. La contrepartie de la compétence du directeur artistique doit être son indépendance. Un directeur de festival doit être investi d'une vraie confiance sur la durée et il ne peut se comporter ni ne doit être considéré comme un employé territorial.

Les festivals ont, donc, encore un bel avenir dans l'espace européen, patrie du théâtre, et dans une société de consommation où les médias ont pris une telle importance.

Bernard Faivre d'Arcier : après des études de management privé et public, il travaille, pour le compte du Ministère français de la Culture dans les domaines du théâtre, du cinéma et de l'audiovisuel. Il a été directeur du Festival d'Avignon à deux reprises, soit pendant 16 ans. Conseiller culturel du Premier Ministre et directeur des Spectacles au Ministère de la Culture, auprès de Jack Lang, il a créé le pôle français de ce qui est devenu la chaîne culturelle franco-allemande ARTE. Il est, maintenant, consultant auprès de nombreuses villes ou régions.

L'OPÉRA VISIONNAIRE L'opéra n'est pas seulement une fin en soi de la représentation sociale, il a aujourd'hui découvert sa portée transfrontalière. Les coproductions et festivals internationaux en font une plateforme exceptionnelle capable de lancer le débat sur des thèmes sociaux, politiques ou environnementaux qui touchent autant l'Europe que le monde. *Xavier Zuber*



Europe en progrès – tel est le titre du rapport où est analysé le rôle de la culture en Europe. Je souhaite associer l'opéra à cette problématique à la fois essentielle et abstraite. Disons d'emblée que l'opéra est un lieu de communication vers l'intérieur et vers l'extérieur. Il représente une forme particulière de rapport à l'homme dans la civilisation occidentale. L'opéra est aussi un genre artistique lié aux arts de la scène, dont les racines remontent à 400 ans et sont d'inspiration européenne : il symbolise l'incalculable mémoire culturelle de notre « vieille » Europe si diverse. Ainsi trouve-t-on aujourd'hui encore au sein de l'institution « opéra » des formes issues de la société de cour aristocratique autant que de la société bourgeoise et démocra-

tique. Il n'est que de rappeler l'organisation de l'appareil qui détermine la vie quotidienne des artistes – du sommet de la hiérarchie, formé par l'intendant, aux collaborateurs techniques, en passant par le chef d'orchestre, les chanteurs et les musiciens. C'est cette hiérarchie qui permet à la littérature, à la musique et aux arts visuels, non seulement de travailler sous le même toit, mais encore de s'unir dans une même idée au profit d'une seule œuvre. Au cours du processus de création, cette idée se transforme en vision artistique, alternative à notre conception de l'homme contemporaine et bourgeoise.

L'entente des divers arts ressemble, en pratique, à la quadrature du cercle. Les artistes réunis sous le toit de l'opéra incarnent souvent des opinions et des attitudes artistiques divergentes. Pourtant l'opéra ne serait pas ce qu'il est si cette « cohabitation » des arts ne débouchait pas sur une discussion productive au centre de laquelle se trouve toujours l'humain chantant. Le travail d'interprétation nécessaire à une œuvre comme *La Traviata* ou *Carmen* est un processus se jouant au présent. L'opéra moderne, tel qu'il est compris, par exemple, à Stuttgart, vise à dégager les œuvres du répertoire ou certains matériaux enfouis dans son histoire (sa genèse) pour les proposer à notre époque.

Au XX^e siècle, l'opéra a traversé une

crise de légitimation. Comme, dans le passé, il avait pour mission de représenter les classes sociales dirigeantes, il ne pouvait guère remettre ces dernières en cause. La démocratisation et des structures plus petites, donc plus flexibles, ont permis au théâtre (joué) d'adopter une position critique indépendante, ce qui s'est manifesté dans les mouvements artistiques de réforme du XX^e siècle. Le national-socialisme allemand a mis un frein brutal à la réforme esthétique de l'opéra (et du théâtre en général). A l'instrumentalisation abusive du répertoire allemand, il a fallu opposer une remise en question radicale des œuvres, comme le metteur en scène et directeur de festival Wieland Wagner l'a fait à Stuttgart avec les œuvres de son grand-père. N'oublions pas le développement vertigineux des technologies modernes des quarante dernières années qui influent aujourd'hui sur le travail d'interprétation esthétique.

Ainsi le théâtre musical est-il l'une des possibilités d'analyser les mutations subies par l'histoire (de notre pensée) et le rôle qui lui est dévolu. L'institution de l'opéra offre l'espace et la liberté nécessaires à ce questionnement. Elle est le temple des débats entre compositeur, auteur et metteur en scène. Le travail artistique du Théâtre musical de Stuttgart en est un excellent exemple.

Mais quels sont les thèmes qui sont analysés, quels sont ceux qui seront portés à la scène ? Qu'est-ce qui unit, qu'est-ce qui sépare les Européens ? Autant de questions qui déterminent le travail de réflexion dramaturgique d'un théâtre musical moderne, à une époque de partenariats et de coproductions européens entre les opéras et les festivals internationaux. Les productions musicales et théâtrales

ne sont plus aujourd'hui comme seule fin la représentation nationale. Elles servent plutôt de supports à des forums modernes où sont représentés puis analysés les événements de l'époque.

Il est inévitable que soient également abordés dans ce travail les problèmes de la planète. J'aimerais en donner ici un exemple à propos d'une œuvre célèbre du répertoire.

En juin 2006, a eu lieu la première de l'opéra « Wozzeck » à Hanovre et à Barcelone. L'équipe de réalisation (dont j'étais le dramaturge), réunie autour du metteur en scène catalan Calixto Bieito, a mis cet opéra à profit pour témoigner de la situation catastrophique de l'environnement et de la nature. L'exploitation de l'individu, puisque c'est le cas de Wozzeck, a été interprétée comme symbolisant notre époque. La question que nous pose cet opéra (librement adapté de Georg Büchner et Alban Berg) est la suivante : quel rapport l'homme entretient-il envers son environnement ? L'opéra a été mis en scène comme une vision apocalyptique de notre nature en perdition. Nous avons ajouté une dimension écologique au sujet, qui a été développée dans et par les opéras de Barcelone, Hanovre et Madrid. La

Qu'est-ce qui unit, qu'est-ce qui sépare les Européens ? Autant de questions qui déterminent le travail de réflexion dramaturgique d'un théâtre musical moderne, à une époque de partenariats et de coproductions européens entre les opéras et les festivals internationaux.

littérature lyrique met à notre disposition des œuvres dont les thèmes ont des prolongements jusqu'à notre présent.

L'opéra national de Stuttgart se préoccupe également, depuis un certain temps, des tendances existant dans les formes contemporaines du théâtre musical. Le Forum für Neues – tel est le nom officiel de la scène du Römerkastell de Stuttgart depuis la dernière saison – a été créé, il y a trois ans, sous l'appellation « forum pour le nouveau théâtre musical » par l'intendant de l'opéra de l'époque, Klaus Zehelein : il accueille des équipes du monde entier pour préparer et représenter les nouvelles œuvres du théâtre musical. Dans ce forum, également connu sous le nom de « laboratoire d'opéra », le compositeur occupe une place centrale : c'est lui qui, en collaboration avec les auteurs, les metteurs en scène et les scénographes, façonne l'œuvre. Ce faisant, ils utilisent des histoires qui « courent les rues », c'est-à-dire qui sont pertinentes pour notre époque. Ce travail a ainsi débouché sur ce qu'on appelle un « opéra d'actualité », « Carcrash » des compositeurs Willi Daum et Ralf R. Ollertz, au centre duquel se trouve la voiture. La composition met en scène un voyage nocturne imaginaire figurant le subconscient du conducteur, dans lequel le micro-sommeil déclenche l'action intérieure. Le danger de l'accident est si présent que son déroulement se transforme musicalement en une histoire qui se répète à l'infini. Dans cet « opéra d'actualité », la situation extrême vécue le conducteur-chanteur – et avec lui le spectateur – fait de ce voyage nocturne une œuvre de théâtre impressionnante sur le sujet de l'homme et de la mobilité.

Il est possible de retourner la question du rapport de l'homme à son environne-

ment – et peut-être le doit-on : quelle importance les institutions politiques de l'UE accordent-elles à l'opéra et au théâtre musical ? En d'autres termes : dans quelle mesure l'administration de l'UE se préoccupe-t-elle du genre artistique de l'opéra, dans quelle mesure y voit-elle un genre susceptible de transmettre de nouvelles idées, de nouvelles visions ? Ne serait-ce pas pour l'Europe une occasion de se distinguer si les identités de nos états ne relevaient pas uniquement de facteurs économiques et nationaux, mais aussi d'intérêts culturels ? Ne pourrait-on pas considérer les opéras comme des forums de débats et de rencontres et les soutenir en proportion ? Les musées, théâtres et opéras qui existent déjà aujourd'hui ne sont-ils pas prédestinés pour ce rôle ?

Certains opéras européens travaillent déjà dans ce sens, par exemple, à Hanovre et à Barcelone ; ils composent leurs programmes de façon que certaines thématiques y dessinent comme un fil rouge, associant les sujets de débats socialement pertinents pour leurs villes et leurs pays. L'opéra de Stuttgart collabore actuellement avec l'Institut Français et d'autres partenaires institutionnels à la préparation d'un programme thématique sur « la culture française en Allemagne ». N'est-il pas fascinant de sonder, à l'intérieur de l'immense répertoire de l'opéra français, l'image de l'histoire que se fait la France et sa réception en Allemagne, en étudiant, par exemple, « Les Troyens » d'Hector Berlioz ou « Pelléas et Mélisande » de Claude Debussy ?

Sur quelles conceptions de l'humanité reposent ces opéras ? De quels fonds culturels sont-ils issus ? A quelles formes musicales font-ils appel ? Est-ce qu'il s'agit de formes françaises ? de formes alleman-

des ? Cette analyse et cette discussion sur les particularités européennes peuvent être élaborées de la manière la plus captivante à l'opéra. L'homme chantant se meut dans un monde d'idées et d'utopies qui remettent constamment en question notre relation au présent. Dans le genre de l'opéra et celui du théâtre musical moderne, qui s'est développé à sa suite, le primat de la musique introduit une dimension émotionnelle et visionnaire capable d'affirmer avec volupté l'existence d'un contre-monde et de nous aider à façonner notre avenir.

Xavier Zuber est directeur de la dramaturgie à l'opéra national de Stuttgart depuis septembre 2006. De 2001 à 2006, il a travaillé comme dramaturge pour l'opéra national de Hanovre, s'occupant tout particulièrement de l'opéra et de « l'opéra d'actualité ». De 1998 à 2000 il a occupé le poste de dramaturge pour l'opéra et le théâtre dansé à Bâle, de 1996 à 2005 il a enseigné, en tant que chargé de cours, la scénographie à la Haute Ecole de design de Karlsruhe.





L'EUROPE, UNE ŒUVRE D'ART Il n'y a pas d'«art européen», la culture est, par essence, distinctive des peuples; c'est ce qu'on peut observer lors d'événements artistiques internationaux comme la Biennale de Venise. Quel est le rôle des acteurs publics et privés dans les échanges culturels entre les anciens pays de l'UE ? Le potentiel de l'art comme facteur d'image est-il ici suffisamment exploité ? Que font les «nouveaux» pays pour pénétrer sur le marché de l'UE ? *Ursula Zeller*



En novembre 2004 à Berlin, lors de la conférence « Donner une âme à l'Europe », le président de la Commission européenne, José Manuel Barroso, a affirmé que l'Europe ne se composait pas seulement de marchés, mais qu'elle se composait aussi de valeurs et de culture. Récemment, on pose plus ouvertement la question du rôle que joue la culture en Europe et pour l'Europe. A l'intérieur et à l'extérieur de l'administration européenne, différents organismes débattent des valeurs culturelles de l'Europe car on les considère également comme le fondement d'une politique extérieure européenne de l'UE. Ces questionnements conservent leur actualité étant donné nos rapports au monde d'obédience islamique et les conflits in-

térieurs avec l'islam en Europe. Pourtant il est difficile de nommer ces valeurs spécifiquement européennes. Le plus petit dénominateur commun serait l'acceptation des contradictions et des pluralités, la reconnaissance des cultures régionales et la constitution d'un canon de valeurs dans lequel la démocratie et la liberté sont fermement ancrées.

Quelle que soit la difficulté de déterminer des valeurs communes à l'Europe, il faut bien reconnaître par ailleurs que dans la pratique, l'Europe est culturellement unie. Ainsi, des millions de touristes européens dépensent une fortune pour des expositions, des opéras, des concerts, des pièces de théâtre et des films. Ils traversent l'Europe dans tous les sens, d'un événement à l'autre, pour assister aux manifestations culturelles les plus prestigieuses. Des collectionneurs privés n'hésitent pas à ouvrir leur bourse pour acheter des œuvres d'art. Mais il n'y a pas que dans la haute culture ou la culture populaire que les grands événements de toute l'Europe s'assemblent pour former une fête culturelle internationale sans exemple. Grâce à l'estime remarquable dans laquelle sont tenus l'art et la culture les villes européennes connaissent une renaissance et les touristes y affluent, indépendamment ou presque de l'influence de Bruxelles. Car l'UE ne dispose que d'un budget culturel

modeste et son action dans l'encouragement de la culture est limitée. Ce renouveau de l'art et de la culture montre que, dans la pratique, il existe en Europe une sorte de consensus les concernant. Mais on est encore loin d'une vision commune de l'art européen.

L'art européen contre l'art en Europe

La culture est par définition un signe distinctif, c'est-à-dire que la culture d'une nation se différencie de celle d'une autre. Cette constatation vaut pour l'art comme élément de la culture. Existe-t-il alors un art européen ? Du Moyen Age au XIX^e siècle, on parle d'art européen : l'architecture, commune à de nombreux pays, est sans doute l'expression la plus visible de cet espace culturel européen. L'histoire de l'art – c'est-à-dire le rangement et le classement ultérieurs des mouvements artistiques – connaît des styles communs à tous les pays d'Europe, mais également des écoles régionales et des particularités locales jusqu'au XX^e siècle. Plus tard, cette ébauche de rétrospective ne fonctionne plus car de trop nombreuses innovations parallèles marquent l'évolution de l'art à l'intérieur d'un espace global. Cela signifie que, plus nous approchons du présent, plus la vision d'un art européen se dilue dans un discours artistique international.

On peut illustrer ce propos par un exemple historique : les artistes américains qui se sont détachés de l'Europe, se sont détournés avec force de la perspective centrale, ressentie comme euro-

Ce renouveau de l'art et de la culture montre que, dans la pratique, il existe en Europe une sorte de consensus les concernant. Mais on est encore loin d'une vision commune de l'art européen.

péenne, et ont développé dans les années quarante et cinquante l'expressionnisme abstrait. Simultanément, en France et en Allemagne, surgissait l'Informel. Au premier coup d'œil, ces deux mouvements artistiques semblent assez proches. A y regarder de plus près, cependant, leurs conditions, leurs contenus et leurs buts diffèrent passablement. Ceci vaut également pour les mouvements français et allemand. Les différences dans les formes nationales de l'art s'expliquent par les différences de lieux d'origine, de traditions, de mentalités, de langues et de pensées. Il se peut que ces différences ne soient pas toujours très grandes. C'est pourquoi nous discutons plus volontiers de l'antagonisme opposant les occidentaux aux non occidentaux que de celui opposant l'art européen à l'art américain. Cela n'empêche pas l'existence de disparités : c'est ce qu'on appelle les idiomes nationaux d'un langage artistique global. Du fait de l'espace culturel européen qu'ils partagent, les idiomes nationaux d'Europe sont naturellement plus proches les uns des autres que des américains ou des asiatiques.

Pourtant les disparités artistiques nationales à l'intérieur de l'Europe ne nous préoccupent pas particulièrement. La cause pourrait en être notre tendance à mobiliser les stéréotypes nationaux lorsque nous tentons de définir quelque chose. Il est probable qu'une personne extérieure à l'Europe pourrait mieux discerner les points communs et les différences dans l'art contemporain européen.

La Biennale de Venise donne le meilleur exemple de ces différences entre les scènes artistiques nationales. Tous les deux ans, les nations se font concurrence dans les arts visuels et l'architecture. Fondée

en 1895, la Biennale a d'abord réuni les pays dominants d'Europe – l'Angleterre, la France, l'Allemagne et l'Italie. Au début du XX^e siècle, ils se sont construit leurs propres pavillons dans les Giardini pour y exposer leurs contributions. Bientôt d'autres pays européens se sont joints à eux, mais aussi les Etats-Unis, les pays d'Amérique du Sud, etc. Aujourd'hui presque toutes les nations souhaitent occuper un pavillon particulier à Venise. Comme il n'y a pas de place dans les Giardini, les pavillons nationaux se dispersent dans les palais et les églises de toute la ville. Ces dernières années, en particulier, les pays de l'Ex-Union soviétique et les pays asiatiques se sont pressés à Venise pour démontrer combien s'est renforcée leur conscience de l'art et parce que l'Europe continue de jouer un rôle important dans l'art contemporain. Pour les jeunes Etats d'Europe centrale et orientale, participer à la Biennale constitue une avancée appréciable sur le marché de l'art européen. Même si, en comparaison des débuts de la Biennale, les pays ne prennent plus tellement au sérieux leur rivalité, chacun d'entre eux s'efforce d'envoyer ses meilleurs artistes dans la course au Lion d'or. Dans ces présentations, les différences de langage artistiques se manifestent avec évidence.

La politique culturelle et l'art de l'UE

S'il existe des différences nationales dans l'art, il faut les cultiver et les encourager. C'est la tâche des Etats individuels. La fonction de l'UE est d'encourager les échanges entre les scènes nationales. Sa devise est justement d'entretenir la diversité dans l'unité ! Que fait donc l'UE pour encourager les échanges artistiques ?

L'UE a développé des activités dans le domaine culturel au début des années quatre-vingt lorsque la Commission s'est mise à encourager des projets ponctuels. Elle s'est donc engagée relativement tard dans le champ de la culture. La raison en est le principe de subsidiarité qui sous-tend toutes les activités de l'UE : elle ne peut agir dans les domaines relevant de la compétence de ses nations ou de ses régions. Comme la culture est du ressort de chaque nation, les programmes culturels de l'UE se développent exclusivement dans des domaines qui dépassent la sphère d'influence de celles-ci : ainsi dans les échanges internationaux et multilatéraux ou la conservation du patrimoine. Les clauses de l'article sur la culture du Traité de Maastricht élargissent en 1995 le champ d'action attribué à l'UE dans le domaine de la culture par les programmes d'encouragement de la coopération disciplinaire : Ariane encourageait le secteur du livre, Raphaël le patrimoine culturel et Kaléidoscope les arts de la scène. Au début, l'UE s'est concentrée sur une multitude de petites actions à court terme qui touchaient un large éventail de domaines et d'objectifs. Le programme-cadre Culture 2000 (de 2000 à 2006) a mis fin à cet éparpillement en introduisant un instrumentaire cohérent. Toutefois, ce but n'a été atteint que dans une moindre mesure. Cela s'explique par la nécessité d'une décision unanime, ce qui implique des compromis et empêche de fixer des priorités. Par ailleurs, il n'existe pas de communauté européenne culturelle qui puisse servir de cadre de référence à des actions prioritaires. Le programme permet tout de même de doubler le contenu des activités culturelles. En décembre 2006, le conseil des ministres de la culture a décidé la reconduction de ce programme-cadre Culture (2007-2013).

Grâce aux programmes Culture 2000 et Culture (2007-2013), des projets artistiques peuvent également être soutenus. Pour la période 1996-2000, le nombre de projets culturels soutenus dans le ca-

dre des programmes communs s'élevait à 2000, impliquant plus de 8000 partenaires de projets, ce qui signifie cinq participants de différents pays par projet, en moyenne. Le budget s'est monté à quelque 130 millions d'euros : en 2005 cela représentait près de 0,12 pour cent du budget de l'UE. C'est très peu si on considère que, cette année-là, la France dépensait un pour cent de son produit intérieur brut pour la culture. Ainsi, numériquement, l'encouragement de la culture dans l'UE n'occupe qu'une place modeste dans toutes les disciplines. Même si, ces dernières années, les montants ont légèrement augmenté, cela ne modifie pas fondamentalement la situation. C'est pourquoi de nombreuses requêtes ne sont pas déposées dans le cadre du programme Culture 2000, mais dans celui des programmes éducatifs de l'UE. En conséquence, les artistes ou les institutions culturelles n'escomptent que peu de soutien de l'UE. De plus, la barre est placée très haut pour ces projets : pour des projets d'une durée d'un an, les institutions doivent provenir d'au moins trois pays, pour des projets de coopération durant plusieurs années, les institutions de cinq pays doivent collaborer. Le nouveau programme Culture (2007-2013) a augmenté à au moins six le nombre des participants dans les projets de coopération durant plusieurs années. La gestion de projets aussi complexes dépasse purement et simplement les capacités de nombreuses organisations. L'aide financière demandée doit se monter à au moins 50 000 euros par an et ne peut représenter que 50 à 60% du budget global, chaque institution doit donc investir un minimum de 16 000 euros pour des projets d'un an. L'obstacle est de taille, surtout pour les institutions des

nouveaux membres de l'UE. Dans le cadre de ce programme, il est en outre difficile d'encourager des projets artistiques car ces derniers se planifient dans des délais plus courts et ont des phases de conception et de réalisation plus flexibles. De ce point de vue, ces programmes favorisent davantage les grandes institutions européennes.

Ainsi, ce que le rapport Ruffolo de 2001 constatait sur la coopération culturelle est toujours d'actualité : ce n'est qu'en impliquant les Etats membres que les activités culturelles pourront se développer. En même temps, il constatait qu'au niveau européen, le degré de coopération restait faible dans les Etats membres et sans lien avec les actions transfrontalières. Cela signifie que les programmes culturels de l'UE n'ont pas l'effet souhaité. Et l'augmentation du budget ces prochaines années reste relativement modeste. Vue sous cet angle, la politique culturelle de l'UE exercera une faible influence sur le développement de l'art et des échanges culturels en Europe.

L'art contemporain en mouvement

Bien que les Européens ne se fassent pas d'idée précise sur l'art contemporain européen, la coopération et les échanges transnationaux ou multilatéraux fonctionnent parfaitement au niveau européen, dans les arts visuels surtout.

Non seulement dans les échanges d'artistes organisés et encouragés par les collectivités publiques, mais aussi sur la scène des expositions indépendantes et sur le marché de l'art.

Une série de protagonistes publics et privés sont actifs dans les échanges artistiques. Au niveau des villes, les musées et

les institutions d'exposition qui sont soutenus par le secteur public, les sponsors privés et le partenariat public-privé (par exemple, avec les banques). Dans presque tous les pays de l'UE, émergent ainsi des espaces off – des initiatives qui, avec peu de moyens, beaucoup d'engagement et pas mal d'auto-exploitation mettent en œuvre des projets d'exposition à responsabilités variables et dans un cadre non institutionnel –, malgré la rareté des aides financières publiques et le sponsoring. Ce qui ne les empêche pas d'être extrêmement actifs et productifs et de disposer d'excellents réseaux.

Au niveau des pays – celui des provinces, des cantons ou des comtés – il existe des institutions soutenues par les collectivités et dont les tâches sont suprarégionales. Elles réalisent en général des projets d'exposition de grande envergure. Mais leurs programmes s'orientent moins sur l'art contemporain que sur l'art moderne, classique ou sur les maîtres anciens. Elles agissent sur la base d'accords bilatéraux qui permet d'emprunter temporairement des œuvres d'art et du personnel. Elles participent de plus en plus à des coopérations transnationales pour rassembler les fonds nécessaires aux expositions. Il en va de même pour les galeries et les musées nationaux directement financés par les gouvernements.

Les ministères de la culture et des affaires étrangères, les fondations privées et publiques ainsi que les divers réseaux jouent un rôle national. Les ministères n'organisent pas cependant les expositions et les manifestations artistiques eux-mêmes, ils recourent pour cela à des agences spécialisées. Les échanges artistiques organisés par les collectivités publiques passent par des institutions intermédiaires,

les instituts culturels nationaux de chaque Etat, et restent, dans les anciens pays de l'UE, assez marginaux. Pour l'essentiel, ces acteurs se préoccupent de combler les lacunes dans les échanges artistiques et interviennent là où ces derniers ne fonctionnent pas. De plus, ils agissent dans le domaine de la politique culturelle : ils travaillent à élaborer des conditions-cadres correctes, ils influent sur les politiciens et leurs décisions dans la politique culturelle nationale, dont le but est d'éliminer les obstacles – par exemple, les différences d'imposition des honoraires d'artistes, des droits d'exposition, etc. – et de conserver aux échanges artistiques leur élan. D'un autre côté, les institutions intermédiaires des anciens pays de l'UE ne s'intéressent la plupart du temps qu'à la diffusion de leur art national. Les coopérations internationales ont plutôt lieu en dehors de l'UE. Seule exception : le Consortium des instituts culturels européens présents en Belgique, le CICEB (Consociatio Institutorum Culturalium Europaeorum inter Belgas), une association d'utilité publique des instituts culturels situés à Bruxelles. Elle a été fondée en 1999 pour compléter le partenariat bilatéral et développe depuis une dynamique de coopération qui dépasse le cadre de Bruxelles.

Dans les nouveaux pays membres de l'UE, les institutions intermédiaires assument une grande part des échanges artistiques internationaux – les instituts culturels nationaux, mais également et tout particulièrement les institutions d'encouragement de l'art contemporain. Une de leurs tâches les plus importantes, par exemple, est d'organiser la participation de leurs pays à la Biennale de Venise : il s'agit d'ouvrir de nouveaux débouchés

à leurs artistes sur la scène européenne. Pour ce faire, elles réalisent des expositions d'ensemble dans d'autres pays de l'UE. Pourtant il ne suffit pas d'organiser des échanges bilatéraux pour installer avec succès ses propres artistes sur la scène artistique européenne. Il faut aussi inviter dans son propre pays des curateurs capables de réaliser d'importantes expositions en Europe, d'organiser des visites d'ateliers et de promouvoir des artistes. Il existe d'autres instruments d'encouragement : les ateliers, les aides à l'exposition et les bourses pour des résidences d'artistes. Les grands galeries et musées nationaux des nouveaux membres de l'UE, financés par les collectivités publiques, contribuent grandement aux échanges artistiques. La plupart sont en train de moderniser leurs structures de personnel, de finances et leurs locaux. Les établissements plus petits, alternatifs, bénéficient rarement de subventions publiques, de sorte qu'ils ne peuvent, en règle générale, étendre leur action au-delà des frontières.

Réseaux

La mise en place de réseaux est une des formes les plus efficaces de la coopération actuellement. C'est pourquoi, ces dix à quinze dernières années, se sont formés toute une série de réseaux, divers dans leur nature, leur taille et leur structure financière, qui pratiquent et encouragent les échanges artistiques de différente manière. Il n'y a pas que les musées et les ins-

Bien que les Européens ne se fassent pas d'idée précise sur l'art contemporain européen, la coopération et les échanges transnationaux ou multilatéraux fonctionnent parfaitement au niveau européen, dans les arts visuels surtout.

titutions d'art qui s'associent en réseaux, les artistes, les critiques, les curateurs et curatrices indépendants et même les institutions intermédiaires le font aussi.

Les instituts culturels et les établissements d'encouragement nationaux dans le domaine des arts visuels se concentraient dans le passé sur l'encouragement aux artistes eux-mêmes, à l'intérieur et à l'extérieur de l'Europe. Il n'était donc pas question de coopérations. Ce n'est que dans les dernières années que ce domaine s'est doté de réseaux. EUNIC (Union Européenne des Instituts Culturels Nationaux) est le plus vaste d'entre eux ; il a été créé en novembre 2006 et est issu du CICEB (fondé en 1999) qui, vers la fin, réunissait douze instituts culturels européens à Bruxelles. EUNIC ne se contente pas de réaliser des projets multiculturels à Bruxelles, il soutient également des associations locales d'instituts culturels dans l'UE aussi bien que hors de l'UE.

Les principales organisations s'occupant d'échanges artistiques dans toute l'Europe se sont rassemblées en 2006 pour former le nouveau réseau VOLTAGÉ (Voice of leading transnational art-exchange groups in Europe). Elles ont pour objectifs d'améliorer la communication et la coopération transfrontalière dans les échanges ainsi que de renforcer la position de l'art dans la bureaucratie bruxelloise. En outre, elles souhaitent publier les programmes de soutien des diverses organisations et aboutir ainsi à plus de transparence en ce qui concerne les structures nationales d'encouragement à l'intérieur de l'UE.

Le secteur non étatique en particulier a mis en place de nombreux réseaux. Il est frappant de constater que ceux-ci agissent aussi bien sur le plan transnational que

sur le plan mondial. La plupart cependant n'ont pas vraiment de conscience européenne. En fait partie l'AICA, l'Association Internationale des Critiques d'Art. Cette organisation non gouvernementale a été fondée en 1948/49 sous l'égide de l'UNESCO et encourage la critique d'art dans le monde entier : son siège se trouve à Paris. L'AICA compte 4200 membres et 64 sections nationales.

Le groupement le plus important réunissant des musées étatiques et non étatiques ainsi que des professionnels de musée par-delà toutes les disciplines est l'ICOM, le Conseil international des Musées : en font partie plus de 21 000 membres dans 146 pays. L'ICOM regroupe 115 comités nationaux et 30 comités internationaux ainsi que de nombreuses organisations régionales et affiliées et son siège se trouve également à Paris. Par tradition, les sections européennes s'engagent fortement dans cette organisation mais sans toutefois partager (encore) de programme spécifiquement européen.

L'IKT (International Association of Curators of Contemporary Art), le réseau international des professionnels de l'art contemporain, a été fondé dans les années soixante du XXe siècle : il compte 500 membres, en majorité des professionnels d'Europe de l'Ouest et de l'Est, quelques-uns du Japon, d'Australie et d'Amérique. Il concourt aux échanges d'expériences et de programmes des directeurs de musées, des gestionnaires de la culture et des commissaires d'expositions, avec pour but de favoriser la conception et la réalisation d'expositions d'art. Son siège déménage tous les trois ans dans un nouveau pays d'Europe.

Les commissaires, les musées et les institutions culturelles ne sont pas les

seuls à s'organiser internationalement, les artistes le font aussi. L'AIAP (Association Internationale des Arts Plastiques) est la plus grande organisation non étatique regroupant les artistes plasticiens : elle comporte 70 comités nationaux. Elle a un statut consultatif auprès de l'UNESCO à Paris. Elle se propose d'améliorer les conditions professionnelles, juridiques et sociales des artistes plasticiens. Désireuse de tenir compte des diverses réalités, l'AIAP s'est régionalisée dès les années quatre-vingt du XXe siècle. En créant AIAP Europe, l'association renforce encore son approche régionale. Actuellement, elle se préoccupe de questions de douanes et de réglementations sur les visas ainsi que de modèles d'encouragement de l'art dans l'espace public.

A côté de l'AIAP, une autre association s'est établie en 1995 : le Conseil européen des Artistes CEA dont la fondation avait pour but premier d'influencer les institutions politiques d'Europe comme l'UE, le Conseil européen, l'UNESCO et d'autres organisations du même type. Il défend, dans toutes les disciplines, les intérêts des artistes professionnels en Europe pour tout ce qui concerne les questions sociales, juridiques et économiques. Ses délégués, originaires de 24 pays d'Europe de l'Ouest et de l'Est, sont eux-mêmes artistes et représentent activement les organisations faitières de leurs pays. Le secrétariat se trouve à Copenhague.

Le Forum Européen pour les Arts et le Patrimoine (FEAP), créé en 1992 en

C'est sur le marché de l'art que les différences entre les anciens et les nouveaux Etats membres de l'UE sont les plus profondes. Dans les nouveaux pays membres, le marché de l'art n'en est qu'à ses débuts et le secteur étatique est encore le seul à acquérir des œuvres.

Belgique, est la plus grande association de réseaux, d'organisations et de professionnels de la culture liés aux arts ou au patrimoine : il réunit actuellement 75 organisations membres originaires de vingt Etats d'Europe de l'Ouest et de l'Est. Son siège se trouve à Bruxelles. Le forum intercède auprès de l'administration et des politiciens européens lorsque les intérêts des artistes et des professionnels de la culture sont en jeu. De plus, le FEAP se comprend comme le principal défenseur du secteur culturel en Europe face aux décideurs des divers niveaux politiques.

En 2001, à Helsinki, les artistes plasticiens se sont rassemblés dans une organisation faitière commune : EVAN (European Visual Artists' Network). Ses membres sont pour l'instant des organisations de plasticiens de onze pays (Danemark, Finlande, Grande-Bretagne, Irlande, Suède, Autriche, Pays-Bas, Espagne, Norvège, Islande et Allemagne). EVAN se propose de représenter les intérêts spécifiques des artistes plasticiens et d'influer sur les processus de décision aux niveaux national et européen, de renforcer la conscience des conditions de vie et de travail de ce groupe professionnel en Europe, de favoriser les échanges d'information entre artistes et organisations sur les questions sociales et juridiques. Son but est de rassembler si possible les organisations d'artistes de tous les Etats de l'UE.

Un autre réseau, très bien intégré en Europe, est Res Artis, le plus grand réseau mondial fédérant programmes et centres de résidences d'artistes. Il regroupe plus de 200 centres et organisations de 40 pays, qui offrent à des artistes la possibilité de vivre et de travailler dans un autre pays, pendant un certain temps. Créé en

1993 comme association bénévole, Res Artis représente et soutient les centres affiliés par des échanges d'informations et d'expériences. Il plaide en faveur d'une meilleure compréhension pour le rôle important que jouent les centres d'art dans le développement de l'art contemporain, dans toutes les disciplines et dans le monde entier.

Formation artistique

Les échanges artistiques fonctionnent moins bien en ce qui concerne la formation des artistes : la plupart des nations n'engagent comme professeurs dans la formation que leurs nationaux. C'est une tendance forte dans les académies d'Italie et de France, plus faible en revanche en Hollande, en Allemagne ou en Grande-Bretagne. Mais il existe d'autres obstacles. Ainsi le gouvernement français, dans un mémoire sur la collaboration culturelle européenne de janvier 2004, exige entre autres que « soit encouragée la mobilité des représentants de la culture et des œuvres d'art en Europe » : pour ce faire, on propose, par exemple, d'harmoniser les statuts sociaux et les régimes fiscaux des artistes et d'activer la reconnaissance réciproque des diplômes décernés par les Etats membres. Certes, cette revendication relève plutôt des hautes écoles et de la formation, mais elle a des répercussions importantes sur les scènes artistiques et sur la mobilité des artistes des divers pays.

Marché de l'art

Le marché de l'art fonctionne très bien dans l'ensemble, comme les échanges artistiques. On ne peut parler de marché

dans un pays que s'il existe des artistes, des galeries susceptibles de les accompagner et de les faire connaître ainsi qu'un groupe de collectionneurs privés et étatiques en mesure d'acheter leurs œuvres. C'est sur le marché de l'art que les différences entre les anciens et les nouveaux Etats membres de l'UE sont les plus profondes. Dans les nouveaux pays membres, le marché de l'art n'en est qu'à ses débuts et une classe d'acheteurs de l'art contemporain commence à peine à se former. Le secteur étatique est encore le seul à acquérir des œuvres : quant aux galeries d'art contemporain ou aux collectionneurs privés qui pourraient suivre de jeunes artistes, ils sont encore rares.

Il en va tout autrement dans les anciens pays membres de l'UE. C'est pourquoi, les nouveaux membres mettent tout en œuvre pour ouvrir à leurs artistes l'accès aux marchés des anciens pays membres – avec un certain succès, il faut le dire. Mais le nombre croissant de galeries originaires des nouveaux pays membres de l'UE qui prennent part aux grandes foires d'art européennes témoignent d'un mouvement ascendant – avec la Pologne en tête.

Dans les anciens pays membres, plusieurs foires de l'art se sont établies : la plus importante est certainement Bâle, suivi par Londres, Paris, Madrid, Berlin, Cologne et Bologne. Depuis l'effondrement du marché de l'art dans les années quatre-vingt, ces foires annoncent une augmentation du nombre de visiteurs et des ventes. Un code international réglemente la participation aux foires : seules y sont admises les galeries ayant un programme d'expositions régulières, représentant un ensemble d'artistes et ouvertes au public. La concurrence est un peu

faussée du fait que quelques pays européens aident leurs galeries commerciales à financer leur participation aux foires d'art. Il n'existe aucun règlement dans ce domaine en Europe car l'attribution d'aides financières se fait sous le couvert de l'aide culturelle et n'est pas considérée comme une subvention économique.

Certes, le marché de l'art connaît également certaines entraves qui devraient être éliminées. Ainsi le gouvernement français, dans un mémoire sur la collaboration culturelle européenne de janvier 2004, demande que soit augmenté l'attrait du marché de l'art européen (p.15/16) : « ... la vitalité et la capacité de concurrence du marché de l'art européen sont compromises par un système fiscal qui leur est peu favorable, en particulier si on le compare à celui de la Suisse ou des Etats-Unis. Dans le courant des années quatre-vingt-dix, plusieurs mesures ont été adoptées qui n'ont fait qu'accentuer ce déséquilibre : il s'agit en particulier des dispositions concernant la taxe à la valeur ajoutée pour les importations et l'harmonisation du système de droit de suite. Plusieurs rapports nationaux ont prouvé que l'exonération de la TVA pour les importations exerce un effet extrêmement positif sur la dynamique du marché de l'art européen... L'application de la directive 2001/84/CE du Parlement et du Conseil européens... relative au droit de suite devrait faire l'objet d'une évaluation et d'une réflexion communes des Etats membres. Les représentants des professionnels du marché de l'art sont d'avis que la nature de son énoncé pourra compromettre la capacité de concurrence du marché européen. »

Outre la TVA et le droit de suite, d'autres réalités menacent le marché de

l'art : le nombre croissant de marchands privés qui ne peuvent ni ne veulent tenir de stand dans les foires de l'art. Ils ont moins de frais que les galeristes car ils ne sont pas obligés de développer un programme d'expositions ni de soutenir des artistes. Ils s'immiscent dans la relation entre galeries et collectionneurs en négociant directement les œuvres d'art avec les artistes et en monopolisant le marché secondaire.

Droit d'auteur

Dans l'UE, il n'existe pas de droit d'auteur unique puisque ce sont les lois nationales qui sont déterminantes. Même si les directives européennes ont de plus en plus d'influence sur ces dernières. En ce qui concerne le droit d'auteur, des processus d'harmonisation particulièrement forts sont en train de se mettre en place, qui reflètent l'action de lobbying des sociétés de droits d'auteur. Ils fixent, par exemple, l'obligation de dédommager les ayants droits correctement, l'interdiction de les impliquer dans des « contrats baillons » les contraignant à vendre leurs œuvres au-dessous de leur valeur. Dans toute l'Europe, la durée de protection a été uniformisée : 70 ans après le décès de l'artiste. Jusqu'à présent, il existait diverses directives, il serait souhaitable d'uniformiser le droit d'auteur. L'obstacle le plus grand réside dans les approches fondamentalement différentes du droit européen continental et du droit anglo-saxon. Le droit anglo-saxon connaît la notion de « copyright » qui ne recouvre que la

Les marchands privés s'immiscent dans la relation entre galeries et collectionneurs en négociant directement les œuvres d'art avec les artistes et en monopolisant le marché secondaire.

part patrimoniale du droit d'auteur alors que les autres législations ne protègent pas seulement les droits économiques des ayant-droits, mais aussi les droits attachés à la personne, le droit moral. Toutefois, depuis quelque temps, on se demande si la protection du droit d'auteur n'est pas trop importante, si, productrice de monopole, elle ne freine pas l'évolution de la société et si, du fait des réalités techniques, elle ne rate pas son objectif. Le meilleur exemple en sont les débats autour de la protection contre la copie, pour laquelle il faut imaginer, avec les systèmes de gestion des droits, des mécanismes entièrement nouveaux. Dans ce contexte, la question se pose de savoir s'il faut élaborer des règlements différents pour la musique, les arts visuels ou la littérature. Car nombre des directives européennes ont une portée générale et ne tiennent pas compte des spécificités disciplinaires.

Biennales et grandes manifestations artistiques

« What our village needs now is a biennial » – c'est la bulle d'un dessin satirique d'Olav Westphalen en 2000, qui montre un conseiller municipal en haillons donnant une interview télévisée devant les ruines fumantes de sa ville. La biennale, une planche de salut dans le besoin – on pourrait presque le croire en voyant l'explosion de ce genre d'expositions. Car, au départ, la biennale est une invention de l'Europe occidentale qui s'est ensuite transformée en produit d'exportation à succès. Les biennales se sont diffusées dans le monde entier – en particulier, dans les années quatre-vingt-dix du XX^e siècle. Il existe des biennales qui ne sont pas liées à un lieu, comme la manifesta et

l'Ars Baltica, qui se déroulent chaque fois dans un autre endroit de l'UE. A côté de cela, presque tous les pays de l'UE possèdent leurs propres biennales internationales, quelquefois même plusieurs. De toute évidence, le label « biennale » se révèle extrêmement utile pour attirer l'attention des autorités du lieu comme des sponsors locaux et suprarégionaux. C'est donc la base idéale pour le financement de grands projets d'exposition internationaux. Le label « biennale » ouvrent les bourses et permet de présenter l'art contemporain ; laboratoire, il crée un point de rendez-vous pour les artistes venus de toutes les régions du monde.

De plus, il existe également dans presque tous les pays de grandes manifestations artistiques, très populaires, organisés par des festivals et d'importantes institutions. Ces énormes succès intéressent fortement les sponsors et atteignent un taux de couverture élevé.

Les musées plus petits qui, auparavant, réalisaient d'importantes expositions transnationales, sont cependant confrontés à des problèmes sérieux parce que, ces dernières années, le budget public ne cesse de se réduire. Comme leurs projets ne suscitent pas de grand écho public, il ne leur est pas facile de convaincre les sponsors. Pour eux, les coopérations européennes et extra-européennes représentent effectivement une solution – uniquement, bien sûr, dans le cas où des organismes d'encouragement à gran-

de capacité financière sont impliqués ou bien s'ils s'efforcent d'acquérir des fonds de l'UE. Financièrement cependant, cela ne « vaut pas le coup » de collaborer avec des pays extra-européens qui ne sont pas secondés par de tels financiers. Il ne leur reste donc plus qu'à investir le peu d'argent dont dispose chaque partenaire dans la coopération en potentialisant ses effets. Ce qui fonctionne avec des partenaires à l'intérieur aussi bien qu'à l'extérieur de l'UE.

Ursula Zeller est historienne de l'art, elle dirige la section « arts » de l'Institut für Auslandsbeziehungen. Elle a été directrice suppléante de la Galerie municipale de Stuttgart de 1990 à 1995. Elle a édité de nombreuses publications sur l'art contemporain et organisé des symposiums sur le thème de l'art et de la médiation artistique en Europe centrale et orientale, des projets d'échanges artistiques ainsi que des biennales.

LA MODE FAIT L'EUROPE La mode se nourrit de terreaux multiculturels. Elle est l'illustration visuelle de ce que la dynamique culturelle européenne n'exige ni l'abandon ni l'ajustement des identités nationales pour construire une unité. Dans une conversation électronique, les expertes **INGRID LOSCHEK ET SIBYLLE KLOSE** discutent du rôle de la mode en Europe comme facteur d'image culturelle.



Klose : *Existe-t-il une mode européenne de création et les caractères nationaux ont-ils une importance ?*

Loschek : La création de mode est aujourd'hui - et plus que jamais - influencée par les créateurs internationaux. Dans les maisons de haute couture parisiennes, les équipes de création ont toujours été et sont internationales. Il suffit de rappeler l'exemple célèbre du fondateur de la haute couture parisienne, l'Anglais Charles Frederick Worth, celui de l'Italienne Elsa Schiaparelli ou de l'Espagnol Cristobal Balenciaga, qui ont tous fait la réputation de la mode parisienne. Il n'en va pas autrement aujourd'hui : l'Anglais John Galliano est le directeur de la création de la maison Dior, l'Ita-

lien Riccardo Tisci celui de la maison Hubert de Givenchy, le Belge Olivier Theyskens celui de la maison Nina Ricci ; quant à l'Américain Marc Jacobs, il a dessiné la mode du label de luxe Louis Vuitton ; l'Italien Stefano Pilati est, lui, le concepteur du prêt-à-porter de la maison Yves Saint Laurent, etc. Sans compter que l'Anglais Alexander McQueen est admis dans les défilés parisiens et financé par le groupe italien Gucci. Dès les années quatre-vingt, les créateurs japonais d'avant-garde, comme Issey Miyake, Rei Kawakubo et Yohji Yamamoto, ont tout naturellement présenté leurs créations à Paris. Valentino, l'icône de l'ancienne haute couture romaine (alta moda), organise des défilés à Paris pour présenter sa haute couture, mais aussi son prêt-à-porter ; même démarche pour Prada avec sa deuxième ligne Miu Miu et pour les Anglais Hussein Chalayan et Vivienne Westwood. Giorgio Armani, invité de la haute couture à Paris, présente son « alta moda ». Il n'y a pas jusqu'aux créateurs de mode intellectuels d'Anvers qui, bien que domiciliés en Belgique, ne participent aux défilés parisiens. De même que les jeunes stylistes allemands comme Bernhard Willhelm, John Ribbe ou le nouveau venu C. Neeon ; Jil Sander a déjà défilé sous son label allemand et Strenesse Gabriele Strehle a participé aux défilés milanais.

Ce sont, d'une part, les maisons parisiennes et les entreprises de luxe qui les sélectionnent, mais aussi la Fédération Française de la Couture, du Prêt-à-porter des Couturiers et des Créateurs de Mode. Ni les Londoniens ni les Milanais, encore moins les Semaines de la mode new-yorkaises ne proposent une représentation nationale aussi variée. Cette forte présence internationale à Paris est moins le résultat d'une ambition multi-

fameuse « diversité dans l'unité » n'est pas une formule creuse, c'est une réalité.

culturelle que celui du désir d'afficher une très haute qualité de création et d'innovation des stylistes, quelle que soit leur origine.

Klose : *L'existence de ces stylistes multinationaux a-t-elle pour effet d'uniformiser la création de mode dans tous les pays européens ?*

Loschek : Cette collaboration internationale sur le plan du processus de création ne signifie pas, loin s'en faut, que les grandes villes et les pays européens aient tous le même style de mode, au contraire. Les créateurs et les entreprises ne présentent leur mode que dans les lieux où ils pensent que leur philosophie du stylisme et leur style de mode sont le mieux accueillis ou conviennent le mieux. Milan, Florence, Rome continuent d'être perçus comme les lieux d'une élégance mettable et progressiste (une contradiction que « seuls » les Italiens sont capables de résoudre), Paris est apprécié comme le lieu d'une avant-garde permanente, Anvers est connu pour un stylisme extrêmement intellectuel et Londres continue d'être vu comme un inspirateur délirant et non conventionnel.

L'Allemagne – parce qu'elle compte de nombreuses villes assez importantes – présente une image différenciée de la mode. Tandis que le sud se distingue par un chic conservateur, la scène berlinoise se fait connaître pour son originalité et ses nouveaux venus du stylisme et Düsseldorf pour son orientation très commerciale, à cause du cpd, le Salon professionnel international de la mode féminine et de ses accessoires, le plus important du monde. Pour la mode européenne justement, la

Klose : *Discerne-t-on dans la création internationale de mode, les signes d'une mode inspirée par une culture, une société ou une ethnie – marquée en quelque sorte de signifiants locaux ?*

Loschek : Je pense que oui. Vivienne Westwood se réfère toujours à l'Angleterre et à l'Ecosse, que ce soit lorsqu'elle s'inspire de tableaux de peintres britanniques ou des tartans écossais, ou lorsqu'elle travaille avec le fabricant d'étoffes écossaises Harris Tweed. Les Japonais sont les maîtres du drapé. Le styliste allemand Bernhard Willhelm – il a obtenu ses diplômes à Anvers et expose à Paris – reprend volontiers, pour ses broderies, les motifs paysagers et les légendes du sud de l'Allemagne, dont il est originaire. Eva Gronbach, elle aussi allemande, s'est fait un nom en utilisant les couleurs nationales et l'aigle allemands, non seulement comme ornementation, mais aussi comme logo.

Klose : *Quelle est l'influence des stylistes ou des entreprises de stylisme sur le secteur de la mode à forte orientation commerciale ?*

Loschek : Les vêtements, comme les accessoires, sont les produits d'un processus de création. Quels produits seront acceptés et deviendront « à la mode » dépend uniquement de « la » société ou plutôt d'un groupe à l'intérieur de cette société. D'un point de vue sémiotique, la « mode » ne se définit qu'à travers un processus social, négocié dans la communication et qui diffère de région à région. Comme la mode dépasse de loin l'objet lui-même, le produit vêtement, elle est variée, surtout par un art individuel de la combinaison. Autrement dit : le vêtement est un produit, la mode est une construction, la mode donne au vêtement un « but social » par-delà sa fonction ou son esthétique. Le vêtement se pare d'une auréole et d'une illusion qui peut se définir comme une « plus-value » ou un « usage additionnel », bref, une mode.

Klose : *Les critiques parlent d'une situation de massification. Dans quelle mesure l'apparence des villes européennes est-elle marquée par la mode de masse ?*

Loschek : Si l'on songe à des vêtements aussi fonctionnels et aussi largement diffusés dans tous les groupes

de population que le jeans et le T-shirt, cette apparence est passablement uniforme. D'un autre côté, l'espace global produit et agence des identités hybrides, des hiérarchies flexibles et une multitude de rapports interchangeables. Certes, il existe une mode de masse, mais elle aussi est hétérogène, du fait de démocraties pluralistes et libérales.

Klose : *Ce nivellement souple des hiérarchies est une étape importante dans le développement de la mode, des domaines qui, jusqu'à présent, étaient plutôt ressentis comme élitaires et segmentaires dans l'histoire de la mode s'ouvrent plus largement au marché.*

Le désir d'individualité, d'avoir une ligne propre, quelque chose de particulier, conduit les clients, et pas seulement ceux des produits de luxe, à se faire eux-mêmes les stylistes de leurs propres préférences, de leurs propres goûts. De nouvelles technologies comme le « bodyscanning » ont imposé, ces dernières années, la confection de masse industrielle personnalisée, assistée par ordinateur (customizing). A partir d'un menu de façon (coupe, détails, matériaux, doublure, façonnage, etc.) le client choisit ce qui lui plaît, indépendamment de la mode, de la saison ou même des horaires d'ouverture des magasins (boutiques en ligne). « Prosumer » (producer-consumer) est le néologisme du moment : il définit le futur client non seulement comme un consommateur, mais comme un concepteur de produits. Dans le secteur des accessoires également, cette idée s'impose avec succès, comme le montre Selve de Munich, un « individualisateur de chaussures ». Cela ne signifie pas que les marques de luxe se banalisent, au contraire,

le marché de luxe qui table sur l'individualisme élitaire enregistre un fort taux de croissance. Giorgio Armani fatto a mano su misura – le pendant masculin de la ligne de haute couture italienne « Armani Privé » – vient, par exemple, de célébrer ses débuts. Dormeuil, fournisseur traditionnel d'étoffes de haute qualité pour la confection masculine satisfait à cette demande individualiste de luxe avec trois lignes de collections personnalisées : Platinum, Identity et 3D.

Un concept innovateur, interrégional et donc international, qui a actuellement beaucoup de succès dans la confection masculine, mais aussi dans le domaine des accessoires, comme par exemple les chaussures.

Klose : *La mode change et se dynamise à travers ses propres oscillations entre adaptation et différenciation. C'est pourquoi ma question : existe-t-il une histoire de la mode commune à l'Europe ou discerne-t-on plutôt des distinctions nationales dans l'histoire de la mode ?*

Loschek : *La mode a toujours été « globale ». S'habiller selon la mode portée par la couche sociale internationale qui donnait le ton, passait pour la plus haute reconnaissance sociale. La plupart du temps, les pays qui faisaient autorité en matière de mode étaient également ceux qui dominaient politiquement l'Europe.*

Ainsi, la haute aristocratie de la seconde moitié du XVI^e siècle suivait la mode espagnole ; autour de 1800, à l'époque de Napoléon, elle suivait la mode de l'Empire français ; au XIX^e siècle, la mode biedermeier allemande a séduit la bourgeoisie européenne montante, dans les années 1870, le cul-de-Paris français s'est imposé jusqu'au Japon et dans les années 1950, le New look de Christian Dior a conquis les métropoles du monde. Dans le passé cependant, beaucoup moins de gens avaient la possibilité de se vêtir à la dernière mode. Pourtant, les grandes villes ne présentaient pas du tout une image monotone, au contraire, car il y avait de nombreux costumes folkloriques et uniformes chamarrés. Avec la confection de vêtements à la mode grâce à des systèmes de coupe améliorés et à la machine

à coudre, dans la seconde moitié du XIX^e siècle, de plus en plus de gens, au moins dans les grandes villes, ont eu accès à la mode. Ils ont fini par se ressembler.

Klose : *Dans toutes les métropoles du monde, on trouve des boutiques de luxe, de Dior à Armani. Est-ce que la mode de luxe est d'empreinte européenne, mais internationalement diffusée ? Et à quoi doit-elle d'avoir acquis cette position ?*

Loschek : Comme souvent, plusieurs raisons ont été déterminantes, outre les simples raisons économiques. D'une part, c'est à Paris que sont apparues les premières organisations de défilés et de salons de mode ainsi que la protection des créations des couturiers : en 1868, la Chambre Syndicale de la Couture Parisienne, en 1914 le Syndicat de Défense de la Grande Couture Française. Des institutions comparables ont été créées dans d'autres pays européens plus tard, puis continuellement étendues au fur et à mesure des exigences de l'époque. D'autre part, les industriels du luxe comme LVMH, Pinaut Group, AEFEE ont concentré leurs activités sur la France et l'Italie car dans ces pays, on a un rapport assez naturel au luxe. En France et en Italie, des entreprises familiales comme Hermès, Gucci, Prada, Fendi, Missoni, Ferragamo, Etro ou des maisons de créateurs comme Gabrielle Chanel et Giorgio Armani ont ainsi réussi à fonder et à conserver des empires.

Une autre raison est le fait que, justement en Europe – au moins en France – on a accordé une grande valeur au logo. Bien que ce soit les Etats-Unis qui, dans les années quatre-vingt, aient le plus célébré les griffes, ce sont pour la plupart les produits de marque européens qui ont recueilli le plus d'enthousiasme.

Klose : *Oui, historiquement, le système de la mode de luxe en Europe a été fortement marqué par l'Italie et la France. Malgré tout, particulièrement dans les dernières années, on a assisté à des mouvements importants, non seulement dans la mode de luxe, mais aussi dans l'ensemble des*

secteurs de la mode industrielle. La mode, dotée auparavant d'une forte structure verticale (de la mode de luxe avant-gardiste aux produits de la confection de masse), a été l'objet de fluctuations horizontales. La fusion, ou plutôt la diffusion, du style, du produit et de la qualité, et même du concept de luxe, a conduit à un effacement des limites traditionnelles.

Loschek : Comment cela se manifeste-t-il ?

Klose : *De célèbres créateurs dessinent des mini-collections limitées pour des groupes de l'habillement, simultanément, la confection de masse s'élève et entre dans la ligue des couturiers : Même les marques de sport, autrefois inimaginables dans le domaine du stylisme et de la mode de luxe, ont entre-temps conquis les podiums et les feux de la rampe. Et dans les magazines internationaux qui donnent le ton, la jeune mode de masse bon marché fait de la publicité à côté des collections de stylistes exclusives, au tirage limité.*

Klose : *Malgré ces mouvements horizontaux, la mode européenne continue d'occuper une place importante, surtout dans l'espace extra-européen. Comment expliquez-vous cela ?*

Loschek : D'une part, la mode de marque européenne est synonyme de prestige, c'est le cas des Français et des Italiens, mais aussi de marques de luxe anglaises comme Burberry ou du couturier suisse Akris ; d'autre part, elle est synonyme de haute qualité, comme Boss, Escada ou Bogner ou encore Pringle of Scotland. Hugo Boss est caractéristique des marques européennes puisque le siège et la direction de l'entreprise se trouvent en Allemagne, mais que les propriétaires sont les Italiens Marzotti Group.

Klose : *Yves Saint Laurent, Hubert de Givenchy, Thierry Mugler, Kenzo Takada – des icônes de la mode européenne – se sont retirés de leur maison de couture pour faire place à une jeune génération de stylistes. Cette passation de pouvoir*

ne s'est pas toujours déroulée dans les meilleures conditions et a conduit à de fortes fluctuations dans les studios des stylistes. C'est pourquoi, quelques maisons de mode européennes donnent l'impression de parier davantage sur le profil de la marque que sur le profil du styliste. La mode de marque a-t-elle donc remplacé la mode des stylistes ou bien assis-te-t-on déjà au mouvement inverse ? Qu'entend-on par mode de marque au juste ?

Loschek : L'étiquette, le logo ou le label sont, en premier lieu, des symboles sémiotiques et non des symboles de mode. Ils possèdent une valeur de reconnaissance élevée de sorte que le produit fait sa propre publicité et éveille ainsi le désir d'achat aussi bien que d'imitation. Les logos et les emblèmes émettent, à peu de frais, un maximum de messages dans le monde entier, un phénomène à rapprocher de celui des uniformes militaires. Jusque dans les années soixante-dix, le macaron ou l'étiquette étaient, par principe, cachés à l'intérieur du vêtement, cédaient la place au produit. Dans les années quatre-vingt, on a commencé à les accrocher à l'extérieur, visibles. C'est ainsi que l'étiquette a pris le pas sur le produit. L'étiquette, autrefois garante de l'authenticité du produit, est devenue label ou griffe, c'est-à-dire signe de commercialisation et non plus signe de stylisme. On a assisté à des débordements, qui ont mené jusqu'à une folie des logos proche de la caricature. La plupart des entreprises de mode se sont, entre-temps, aperçues que le stylisme devait avoir plus, ou tout au moins autant, de valeur que le logo. Cette manie des griffes a pourtant offert aux stylistes indépendants

l'opportunité de plaire à des clients qui ne désiraient pas se transformer en « panneau publicitaire ». Cela explique la formation de créneaux dans lesquels a trouvé à s'épanouir la mode de stylistes indépendants ou de petites entreprises de stylisme produisant dans leur propre pays ou au moins en Europe.

Klose : *De plus, le logo, signe d'authenticité, a fortement influencé le ressenti de la mode au niveau global, permettant à cette dernière de se détacher ainsi du contexte commercial local. Le logo se transforme en métaphore d'une sensation de marque ou de design, européenne ou même internationale, pourvue d'une langue stylistique transfrontalière et d'un décodage sans équivoque : quel que soit l'endroit où je me trouve, trois bandes blanches (Adidas) ou la combinaison des lettres LV (Louis Vuitton) peuvent non seulement être décodés dans le monde entier, mais véhiculent également leurs propres valeurs, leurs propres visions de « lifestyle ».*

Loschek : Récemment, de plus en plus de marques de luxe et de stylisme se sont développées ; d'acteurs locaux ils sont devenus acteurs internationaux, mis en scène dans le monde entier grâce à leurs magnifiques boutiques phares. Cette omniprésence sur le marché international de la mode a eu pour conséquence qu'on fait rarement le lien entre la mode de marque ou de stylistes et son pays d'origine. Le besoin de rappeler l'origine ou l'original a donc conduit à une correction dont l'objectif est de mettre davantage l'accent sur la provenance locale de la marque : Hermès à Paris, Prada à Milan, Burberry à Londres, Donna Karan à New York.

Klose : *Outre les marques et le stylisme, quels éléments de la mode sont communs à toute l'Europe aujourd'hui ?*

Loschek : Dans tous les pays européens on assiste à une mutation des groupes-cibles – comme, par exemple, l'hédonisme de la génération des plus de cinquante ans ou le néo-conservatisme de la jeune classe moyenne. L'ensemble du secteur européen de la mode doit donc réagir à ces changements. D'autre part, la délocalisa-





tion de la fabrication vers les pays asiatiques est un problème qui concerne l'ensemble du secteur européen de la mode (à quelques rares exceptions nationales ou locales près). Ces problèmes et leur solution ne sont donc pas liés à un seul pays, mais à l'Europe toute entière.

Klose : *En 2005, vous avez été invitée à donner des cours à l'Université Helwan du Caire. Quelle est la place de la mode européenne dans un pays de plus en plus influencé par l'islam ?*

Loschek : Je ne peux me prononcer que sur Le Caire. Dans cette ville, les jeunes filles de la classe moyenne se promènent, comme en Europe, en jeans et en pull-over, sauf qu'elles portent le voile, d'ailleurs souvent drapé de mille manières très mode. Les étudiantes en stylisme de mode s'intéressent presque exclusivement à la mode européenne, achètent des revues de mode et des catalogues de tendances occidentaux. Elles veulent dessiner pour les deux marchés, l'europpéen et l'égyptien, puisque ce dernier se tourne vers l'Europe dans le domaine privé. Mais une règle est également valable ici : le stylisme est surtout un produit des métropoles, en périphérie il n'existe que sous forme d'importation.

Klose : *Quel est le rôle des médias dans la compréhension à l'intérieur comme à l'extérieur de l'Europe, quel pourrait-il être ?*

Loschek : En théorie le journalisme de mode porte une grande responsabilité puisqu'il est chargé de juger les nouveautés. Mais, comme il voit dans la mode une culture « populaire », il ne possède pas de connaissances spécialisées. Le psychologue britannique Edward de Bono a démontré que les hommes avaient tendance à décomposer des situations inconnues en éléments familiers. La tentative d'expliquer une nouvelle mode s'épuise la plupart du temps dans le recours à des schémas familiers, ce qui explique souvent le sentiment d'avoir affaire à des looks rétro. Il faudrait que le journalisme de mode apprenne à interpréter de manière

neuve ce qui est nouveau. Il serait souhaitable non seulement de parler de la forme et de la matière des divers vêtements, mais aussi de donner une description stylistique approfondie de la collection, une interprétation esthétique, d'établir des comparaisons avec d'autres stylismes de mode, avec l'architecture et avec l'art, de formuler des définitions de la mode comme stylisme de produits, bref, de faire une véritable critique de la mode comme c'est l'habitude, par exemple, pour les représentations théâtrales ou d'opéra.

Klose : *Quelle est l'importance des magazines de mode européens ?*

Loschek : Si on considère les magazines de mode établis, ce sont les Anglais et les Français qui dominent ; les magazines de mode des autres pays européens sont fortement influencés par ces modèles, surtout en ce qui concerne les thèmes de la mode proprement dite. L'influence des magazines anglais et français à l'extérieur de l'Europe est également très forte, si bien qu'on peut parler de journalisme de mode marqué par l'Europe. Wallpaper et I-D d'Angleterre continuent d'être considérés comme des magazines intellectuels d'avant-garde. Les nouvelles revues allemandes s'orientent internationalement et paraissent presque toutes en deux langues – l'allemand et l'anglais. Mais leurs tirages sont modestes, leur parution est souvent trimestrielle. Aux nouveaux venus déjà établis Achtung et Deutsch, s'ajoutent des magazines comme WeAr, Hekmag, Zoo Magazine, ModeDepeche et berliner (uniquement en anglais) et Liebling (un journal) ; ils paraissent tous à Berlin.

Loschek : Quelles possibilités s'ouvrent pour la mode avec Internet ?

Klose : *Il y aurait beaucoup à dire dans ce domaine. Parlons d'abord d'Internet comme plate-forme virtuelle de la mode. Internet offre, en quelques secondes, un aperçu interculturel de la création de mode dans les métropoles et nous donne l'impression de comprendre ce qui est actuellement « in, hip ou top ». On est assuré de pouvoir télécharger tout ce qui défile sur les podiums, de partout et immédiatement. Mais ce qui est présenté, c'est la scène médiatique de la mode et non la mode elle-même. C'est une réalité visuelle plate se donnant pour une vérité visuelle, la plupart du temps dépourvue de la parole. L'écran ne permet pas d'accès sensoriel, la qualité subtile du stylisme, la matérialité baptismale et tactile, le mouvement du vêtement sur le corps, son confort, tout cela reste une idée. Internet est un support global d'informations sur la mode, une forme de reproduction qui ne peut remplacer ni l'original ni l'expérience de l'original.*

Stylisme local – accessible globalement – « lu » et interprété localement – le lieu s'évapore, est remplacé par une façon de voir culturelle individuelle. Internet, un multiplicateur économique, a toutefois ouvert de nouvelles perspectives au stylisme de mode, surtout aux jeunes stylistes montants qui l'utilisent comme plate-forme de présentation et de vente. Ainsi le commerce électronique a-t-il depuis longtemps quitté ses domaines d'activité initiaux, il s'est émancipé de son image de cheap common commerce et s'est profilé et imposé comme vitrine virtuelle de produits de luxe et de design. On avait prédit à Yoox, créé en 2000, qu'il échouerait – c'est aujourd'hui l'une des plates-formes virtuelles de vente de marques de stylistes et de luxe qui ont le plus de succès sur Internet. Parallèlement, les maisons de design ont également ouvert leurs propres sites et leurs propres comptoirs virtuels, comme le label italien Marni ou la boutique parisienne d'avant-garde Colette. En somme, le shopping interculturel sans souci de parking. La vitrine interactive de Polo Ralph Lauren sur Madison Avenue à New York offre une autre expérience de shopping vingt-quatre heures sur vingt-quatre : si en passant devant, le client voit quelque chose qui lui plaît, il lui suffit d'effleurer la surface de verre interactive pour l'acheter, même lorsque la boutique est fermée – livraison gratuite à domicile le lendemain.

Loschek : Et comment jugez-vous l'influence de la télévision, surtout des chaînes de musique comme MTV ?

Klose : *La télévision continue d'avoir le même effet, elle*

parodie et simule devant nos yeux des modes de vie et des milieux culturels, se transformant ainsi en catalyseur de modes, comme autrefois Hollywood dans son âge d'or, le feuilleton télévisé Dallas dans les années quatre-vingt ou Sex in the City ces dernières années. C'est une forme d'expérience ou de rencontre culturelle très particulière : une fois ce sont les Etats-Unis (American Hardcore en 2006 ou American Beauty en 1999), une autre c'est la Chine (In the Mood for Love en 2000 ou Fleurs de Shanghai en 1998 ou encore Goodbye my Concubine en 1993, etc.) qui sont invités dans les salons européens.

MTV invite au zapping visuel dans l'underground, que ce soit le rap, le hip hop, l'électro : les vidéo-clips diffusés ressemblent à des spots publicitaires de mode sur fond de musique. Rien d'étonnant donc à ce que MTV dispose depuis trois ans de sa propre plate-forme de mode avec son propre défilé de mode annuel, Designerama on stage. De jeunes stylistes nationaux et internationaux peuvent y présenter et commercialiser leur stylisme extravagant. Simultanément, ce show-room avant-garde sert d'archives de vêtements pour les apparitions sur scène de leurs propres modérateurs. Les pièces uniques de stylisme provenant de la série Designerama de MTV ont désormais valeur d'objets de collection.

Que l'association de la musique, du look et de la mode peut avoir un énorme impact culturel, les Beatles l'ont déjà démontré dans les années soixante.

Loschek : Que ce soit pour la musique pop et la mode ou pour le sport et la mode, l'image diffusée est globale. La musique pop et le sport occupent une place centrale dans la culture de

la mode américaine, donc dans le stylisme américain. Qu'en est-il de l'Europe ? Adidas est-il un bon exemple ?

Klose : *Adidas, fabricant allemand de mode de sport, montre que le succès d'un concept de mode international dépend de synergies interculturelles dans le stylisme. Cette marque internationale, dont le siège se trouve en Franconie moyenne (Herzogenaurach), coopère avec des stylistes du monde entier. En octobre 2002, elle a commencé à travailler avec le styliste de mode japonais Yohji Yamamoto pour la collection Adidas Y-3, présentée dans les défilés de prêt-à-porter parisiens. En collaboration avec la styliste britannique Stella McCartney va être élaborée une mode de sport design pour la course, le fitness et la natation. La coopération avec la chanteuse américaine Missy Elliot, première superstar de la scène américaine de hip hop, s'est maintenant étendue à diverses collections de vêtements, d'une ligne de sport urbaine à une ligne de hip hop moderne en passant par une ligne de streetwear.*

Loschek : La vitrine de la mode européenne est le commerce de détail. Pourtant, ce qui est placé internationalement sous les feux de la rampe, ne se retrouve pas forcément sur les cintres. Comment expliquer cela ?

Klose : *Le commerce de détail « présente » sa propre sélection de la mode au consommateur final ; il devient ainsi inévitablement un curateur « économique » de la mode – un rôle qui s'apparente à celui des journalistes de mode et qu'il convient de ne pas sous-estimer. Même la mode fabriquée pour le marché international reste fortement soumise à la sélection locale et culturelle des acheteurs. Le*

commerce « filtre » et pour le client, ce qui est proposé en boutique constitue fatalement la mode, ce qui n'est pas proposé en boutique ne peut donc pas être de la mode ou bien n'existe pas.

Les stratégies courantes de marketing confortent cette polarisation locale de la mode et empêchent une large diffusion culturelle. Car, c'est dans les endroits où est établie une clientèle mondaine et cosmopolite que doivent se trouver les boutiques phares, les réseaux de franchise – ces succursales des stylistes internationaux – et les marques de mode, ce qui explique qu'ils se pressent tous sur les grandes avenues des métropoles. Qu'il soit possible de faire autrement, voilà ce que démontre l'Anglaise Rita Britton avec sa boutique d'avant-garde « Pollyanna » à Barnsley, une ville industrielle du sud du Yorkshire, au centre de l'Angleterre, aussi inconnue qu'insignifiante. Célèbre dans le monde entier pour sa sélection de mode et de stylisme, elle représente sur plus de cinq cents mètres carrés non seulement quelques collections choisies de stylistes confirmés, internationalement reconnus, mais également de jeunes stylistes de l'avant-garde comme Paul Harnden ou le label italien Carpe Diem. Depuis presque quatre décennies, elle compte parmi les boutiques de mode indépendantes les plus éminentes et les plus anciennes du monde ; elle est de plus renommée pour sa clientèle internationale qui justement ne va pas à Londres, Paris ou Milan, pour se vêtir à la mode, mais se rend à Barnsley.

Un nouveau concept de vente a fait son apparition : les surfaces commerciales flexibles qui font suite soit à des événements culturels internationaux soit à des festivals de musique d'avant-garde et surgissent brusquement dans les quartiers urbains branchés ou tendance.

Ce concept de « boutiques guerilla », présenté pour la première fois à Berlin par le label de mode japonais Comme des Garçons, parie sur l'imprévisibilité, qui fait de la mode un mouvement underground révolutionnaire, doué de muabilité tactique et faisant appel aux effets de surprise. L'exclusivité se définit ainsi de nouvelle manière. Indépendamment du bouche à oreille, la mode d'avant-garde doit être « découverte », très vite, avant qu'elle ne « disparaisse » de nouveau.

La maison italienne Prada (Improbable Classics), par exemple, place une collection expressément dessinée à cet effet dans une installation temporaire, une boutique ouverte pour dix jours dans la célèbre Art-Basel, la plus grande foire d'art contemporain, et elle en limite l'édition par l'étiquette « Basel 2006 ».

Avec ce concept innovateur de boutiques design mobiles présentées comme des installations artistiques, la question du meilleur emplacement possible se pose d'une façon inédite pour le marketing de la mode.

Loschek : En 1981, il était impératif pour un styliste japonais d'aller à Paris pour se faire un nom, aujourd'hui, c'est l'inverse. Pourtant Paris est plus que jamais le centre de la mode d'avant-garde créative. A quelles difficultés se heurtent les jeunes stylistes qui veulent s'implanter sur le marché européen ?

Klose : *Paris clôt un marathon international de défilés, qui dure un mois : en ce sens, il a effectivement une grande importance ! C'est ici que sont passées les commandes définitives des acheteurs, c'est ici que se décide quelles collections vont être favorisées et lesquelles seront qualifiées de fiascos de la saison par les journalistes de mode.*

Les créateurs se bousculent pour avoir une place sur la liste des défilés de mode et il n'est presque plus possible de contenir cette cobue. « Paris est victime de son succès ! », constate Didier Grumbach, président de la Fédération française de la Couture, du Prêt-à-porter des Couturiers et des Créateurs de Mode : 84 défilés de mode en seulement huit jours – un parcours de la mode impossible à assumer. Il est difficile aux jeunes stylistes montants, qui ne sont pas inscrits au calendrier officiel des rendez-vous de la mode, de se faire remarquer pendant cette période. Et déjà, on songe à mettre à la disposition de ces jeunes représentants de la relève européenne et extra-européenne, une plate-forme de présentation durant les deux rencontres

annuelles de la haute couture, en janvier et en juillet.

Revenons à la seconde partie de votre question : le marché japonais constitue un facteur économique important pour ce qui est du chiffre d'affaires réalisé par les jeunes stylistes européens dans l'espace extra-européen. La curiosité et l'audace des Japonais vis-à-vis de la fun fashion reflète leur grande ouverture d'esprit face à la mode européenne d'avant-garde. A vrai dire, l'enthousiasme du Japon pour la mode européenne et son poids économique n'ont pas forcément d'effets dans le pays d'origine : ce n'est pas parce que des stars nouvellement arrivées obtiennent un succès médiatique au Japon qu'elles seront à même de conquérir la scène de la mode européenne – du moins pas encore.

Loschek : Mais la mode internationale semble offrir d'autres d'occasions de se présenter. Il existe aujourd'hui près de quarante « fashion weeks » notables dans le monde entier, et chaque année en amène de nouvelles. Les jeunes stylistes ne devraient-ils pas se rabattre sur d'autres villes de mode, d'autres semaines de la mode ? Est-ce que ça ne permettrait pas de désengorger les fashion weeks parisiennes, ou même de les réduire ?

Klose : *La mode ne connaît pas de frontières nationales, et de nombreux stylistes ne montrent pas leurs collections là où ils les créent. Rien ne s'oppose à ce que l'on cherche une solution de remplacement tant que les jeunes stylistes peuvent respecter les agendas imposés par le cycle présentation – commande – production – livraison. Plus les fashion weeks ont lieu tard, plus il est difficile de tenir ce calendrier obligatoire.*

Le boom exagéré des fashion weeks démontre à quel point la mode est une plate-forme publique et culturelle, à quel point elle recherche les projecteurs de l'actualité. L'une des tâches de ces fashion weeks – qu'elles se produisent en Inde, à Buenos Aires ou en Australie – est d'encourager les jeunes stylistes nationaux et, par conséquent, l'industrie nationale de la mode et du textile, et d'attirer l'attention du monde sur eux. A l'exception de quelques-unes, ces semaines de la

mode sont en grande partie financées par les Etats et représentent donc les intérêts économiques et culturels nationaux.

Les foires de la mode internationale fonctionnent selon des concepts suprarégionaux : par exemple la foire d'avant-garde de Berlin, *Bread & Butter*, est présente aussi bien à Berlin qu'à Barcelone ; il en est de même pour l'Isipo de Munich (Internationale Sportfachmesse), l'Isipo de Chine (Nanjing), la foire des textiles parisiens *Première Vision* et la *Première Vision International de Shanghai*. Quant à *Dessous China* et *Fashion China* (Shanghai), elles sont organisées et installées par l'IGEDO de Düsseldorf.

Loschek : Cela nous ramène au marché asiatique. Madame Klose, vous avez enseigné le stylisme de mode aussi bien à Londres et Paris qu'à Shanghai. Quelle est la position de la mode européenne dans le monde asiatique ?

Klose : La mode européenne occupe une place très importante, surtout dans le secteur du luxe. Les pronostics économiques des dix prochaines années annoncent que la Chine deviendra la deuxième nation du luxe la plus grande après le Japon, renvoyant ainsi les Etats-Unis au troisième rang.

En employant une notion du luxe eurocentrée, nous nous référons à un processus de croissance économique, un réajustement des niveaux de vie. Mais il s'agit aussi de rapprochement des connotations culturelles et donc de rapprochement interculturel. La notion de luxe, compris à l'origine dans un sens historique et impérialiste, a subi un complet bouleversement durant la révolution culturelle : traditionnellement objet d'associations négatives – on l'identifie à l'irritation et au désordre – le luxe est compris comme

l'opposé de la tempérance et de la simplicité. Il devait être réservé aux anciens en signe de respect. La représentation s'est retournée aujourd'hui en son contraire : quand on parle de luxe, on pense au produit, l'identifie à la consommation. Ce ne sont pas les anciens qui en ont la prérogative, mais la jeune génération gâtée des petits-enfants.

Nous observons la rapide croissance technique, la vitesse avec laquelle l'industrie de la mode asiatique se développe. Mais nous sommes moins attentifs à l'aspect culturel de ce qui se passe en Chine sur le plan économique.

Loschek : Quelles sont les chances des jeunes stylistes d'avant-garde chinois sur leur propre marché ?

Klose : Le marché chinois est très orienté vers l'Occident – il semble avoir plus confiance dans les produits européens que dans les siens propres. Le résultat, c'est qu'il remarque à peine sa propre scène de créateurs et de stylistes, excepté si celle-ci se met en scène médiatiquement comme sait le faire le styliste Kun Lu. Yiyang Wang et ses deux collections, *Zuzug* et *Changang*, reste discret, mais on parle de lui dans les cercles d'initiés.

Loschek : Et inversement, quelles sont les chances du stylisme occidental sur le marché asiatique ?

Klose : Le stylisme occidental, surtout celui des marques de luxe françaises et italiennes, est très recherché dans la société de consommation asiatique, même si la coupe est modifiée pour des raisons de mesures corporelles. La maison Givenchy dispose d'un deuxième atelier de coupe « asiatique » (Givenchy Boutique) à Paris, d'autres maisons coopèrent avec des cessionnaires domiciliés en Asie (Givenchy Japon, Dior Japon).

Depuis quelques années, le monde économique s'intéresse au marché chinois – bien qu'il ait besoin de mesures corporelles normées et de tailles standardisées, sa demande reste sans écho, car celles-ci n'existent pas. Il y a quelques mois le China National Institute of Standardization (CNIS) et Lectra ont commencé à s'intéresser aux consommateurs chinois dans plus de dix provinces différentes. Calculées à

l'aide d'un scanner 3D-BodyScan, les valeurs standard moyennes des proportions corporelles des Chinois (selon les groupes d'âge) devraient permettre d'harmoniser les tailles dans l'industrie de l'habillement du pays. Même les industries de l'automobile et du meuble sollicitent déjà les statistiques.

Loschek : Le droit des marques, le piratage de produits, la protection du droit d'auteur dans le stylisme de mode constituent actuellement des sujets délicats, qu'en pensez-vous ?

Klose : *L'un des obstacles les plus importants sur la voie des échanges culturels et économiques entre l'Europe et la nation commerciale chinoise est le manque de protection juridique des marques, du stylisme et des brevets, et même les entorses systématiques au droit d'auteur. Au début de l'année, une information triomphale a fait les manchettes des journaux : les maisons européennes de mode Burberry, Chanel, Gucci, Prada et Louis Vuitton venaient pour la première fois de gagner un procès commun contre les contrefaçons au tribunal civil de Beijing. Pour la première fois donc, une action était intentée avec succès contre le piratage de produits, un problème extrêmement sérieux, non seulement au niveau de l'Europe (Euratex – Bruxelles), mais au niveau international. Les associations de mode italiennes, françaises et américaines élaborent un projet de loi pour protéger le droit d'auteur dans le stylisme de mode, qui devrait être présenté devant le Congrès américain. Ils attendent également des concessions de la part du gouvernement chinois car le système juridique chinois est passablement lacunaire. Didier Grumbach, président de la Fédération française de la Couture, du Prêt-à-porter des Couturiers et des Créateurs de Mode, défend un point de vue très décidé sur la question : « Aussi longtemps qu'il n'existera pas de directives légales claires, je ne peux conseiller à aucun styliste européen de s'aventurer sur le marché chinois ! »*

Loschek : Est-ce que les stylistes chinois ont une chance sur le marché européen ?

Klose : *La mode asiatique est déjà bien représentée à Paris par les collections de stylisme japonaise et sud-coréenne. Au début octobre 2006, pour la première fois dans l'histoire des défilés de mode parisiens, un styliste chinois (Frankie Xie de Beijing) a montré sa collection Jefen dans le cadre des défilés de prêt-à-porter. Ce styliste, qui a fait ses études à Hangzhou et, plus tard, au collège Bunka de Tokyo, a lancé sa collection design à Beijing il y a six ans et, depuis lors, il prend part à la fashion week du lieu. Sa collection a du succès, il a quelque vingt boutiques à lui sur le marché chinois. En mars 2007, d'autres stylistes chinois postulaient pour participer aux défilés parisiens ; Ekseption de la province de Canton est d'ores et déjà présent à la fashion week de Shanghai.*

Loschek : Quelle conclusion en tirez-vous ?

Klose : *Nous venons d'exposer ou d'aborder brièvement divers aspects et facteurs, témoins de la diversité et de l'hétérogénéité d'une mode que l'on doit comprendre non seulement comme un bien culturel, mais encore comme un secteur industriel et commercial international.*

Madame Loschek, quelles conditions sont nécessaires pour que les échanges culturels et le dialogue occupent de nouveau le devant de la scène ?

Loschek : Pour faire prendre conscience que la mode est un bien culturel autant qu'un produit design, il est absolument nécessaire de faire entrer le stylisme d'exception dans les musées d'histoire de la culture, mais aussi dans les musées du design. Cela permettrait à la mode des créateurs de se détacher du seul commerce et de la mode de masse fabriquée au Moyen- et en Extrême-Orient et de se présenter comme un design dont l'esthétique et la conception sont fortement orientées vers l'Europe. De plus, il faudrait, en Europe, concevoir des expositions de mode, aussi diverses que les expositions d'art, et les faire tourner dans le monde entier. Seuls quelques rares musées, par exemple le Musée des Arts

Décoratifs de Paris, le Victoria and Albert Museum de Londres, le ModeMuseum d'Anvers ou le Groningen Museum (NL), collectionnent et exposent régulièrement la mode de création. De telles expositions de mode font connaître à un public plus large la haute valeur créatrice, artistique et artisanale de la mode, mieux que ne le font les défilés réservés à l'élite.

Klose : *Je ne peux que vous donner raison. Cette revendication commence à porter quelques fruits au niveau académique, qu'il conviendra de développer encore : depuis plus d'un an, l'université des arts de Londres a ajouté à son programme de masters la conservation de la mode (M.A. fashion curating). D'autres universités ou hautes écoles européennes étendent leur offre de conservation-restauration aux domaines du design moderne ou de l'art contemporain et élaborent de nouvelles formes de médiation comme, par exemple, les forums virtuels.*

C'est surtout au niveau académique que le besoin d'idées novatrices pour développer les échanges inter- et transculturels se fait le plus sentir – on en voit une première ébauche dans les programmes e-learning transfrontaliers. Dans le

domaine de la mode, les systèmes d'enseignement étatiques sont souvent liés à des statuts particuliers à chaque pays et à la traîne par rapport à la flexibilité des systèmes privés lorsqu'il s'agit, par exemple, de modifier les programmes d'enseignement. Une paralysie qu'il serait souhaitable de débloquer.

Ingrid Loschek est professeure d'histoire et de théorie de la mode à la Haute Ecole de design de Pforzheim ; elle est également l'auteure de nombreux livres sur la mode à Munich.

Sibylle Klose est styliste diplômée et professeure de stylisme de mode à la Haute Ecole de design de Pforzheim ; elle vit et travaille également comme styliste indépendante à Paris.

LE MONDE DE LA MODE – LA MODE DU MONDE

La grande mode porte des noms européens, mais dans quelle mesure cette mode est-elle encore européenne ? A notre époque de trusts transnationaux, une grande partie de la chaîne de création de richesses est transférée dans les pays à bas salaires et aux standards sociaux douteux.

En vendant sa mode, l'Europe vend un style de vie gratifiant pour son image de marque. Mais à quel prix ? *Daniel Devoucoux*



Comment affirmer que la mode est détachée du monde ? Couleurs retenues et lignes sobres, elle reflète ce qui se passe dans le monde et « éveille un désir de sécurité et d'ordre ». « Il ne vient à l'idée d'aucun lecteur de journaux de penser au rose », dit Karl Lagerfeld¹. En Allemagne, en revanche, le phénomène Anastasia engendre la bonne humeur². Cette pop-star de Los Angeles devait présenter la nouvelle ligne de prêt-à-porter « Anastasia by S. Oliver ». L'idée d'associer des marques inconnues comme S., de Rottendorf près de Würzburg, à des stars célèbres vient des Etats-Unis. Partant des podiums de la mode ou de la rue, des vagues d'images envahissent notre quotidien à chaque saison. Et à l'automne 2006, l'Allemagne

annonce la couleur. Wolfgang Joop ouvre son défilé parisien avec sa collection Biedermeier-punk « Wunderkind » - la mode allemande devient tendance.

Identité et consommation

Un vêtement à la mode est aujourd'hui un objet quotidien, et au plus tard devant le miroir, il faut prendre position. Il s'agit en effet de savoir comment on se voit soi-même et comment on veut se présenter au monde. La mode est une image de soi, une image dynamique de son propre corps. La mode existe pour être vue - c'est, pour ainsi dire, sa principale raison d'être - et a donc besoin d'un public.

Un vêtement à la mode est aujourd'hui un bien de consommation au même titre que les autres objets, mais tout bien considéré c'est bien davantage parce qu'il est immédiatement et en permanence lié au corps. Tous deux sont perçus en symbiose. Ce n'est pas le vêtement qui est à la mode, mais la personne. La mode peut également marquer une distance : distance de l'environnement, des autres et de soi-même. La relation à la mode est un processus de longue haleine qui commence dans l'enfance. On ne s'intéresse pas à un vêtement à partir du moment où on le porte seulement. Une première relation à la mode se forme dès l'achat.

Les sentiments de désir surgissent dans les boutiques de luxe et les grands magasins, dans les marchés aux puces et dans les échoppes d'occasion. L'achat d'anciens vêtements à la mode se transforme même souvent en expérience inoubliable.

Notre attitude envers la mode nous rappelle combien la culture est aujourd'hui marquée par la consommation. La mode passe pour être l'un des paramètres les plus importants de la consommation. La question de savoir si la consommation de mode est d'abord mode ou d'abord consommation ou les deux à la fois reste irrésolue. En tout cas, le mot de consommation, apparu après la Seconde Guerre mondiale, vient du latin « *consumere* » qui signifie « employer » au sens d'« utiliser », mais contient également le sens de « *consummare* », ce qui veut dire « parfaire » ou « achever ». Un phénomène ambigu donc. Le mot de « mode » provient de « *modus* » et est plus ancien. Vers 1690, « mode » désignait encore non la mode vestimentaire, mais une coutume, un genre de vie ou une manière particulière de confectionner quelque chose³. Durant les années suivantes, un changement se produit, la notion s'attache à la mode vestimentaire, sans toutefois lui accorder de monopole. Cela laisse supposer qu'auparavant la « mode » n'existait pas. Pour la plupart des historiens, elle n'apparaît qu'au haut Moyen Âge européen avec le métier de couturier et la technique des patrons comme principe de base technologique. La mode relève d'une dimension historique et d'un contexte géographique. En tant que phénomène vestimentaire, c'est une invention européenne issue de la modification progressive du regard.

Cette modification est tout autant liée à la complexité croissante des structures

urbaines et aux développements économiques et techniques qu'à l'organisation sociale et culturelle de la société globale. C'est dans le domaine des médias que la mode a laissé les traces les plus nettes, si bien que toute histoire de la mode est en même temps une histoire des médias.

Aujourd'hui, la mode représente une technologie corporelle pour les anthropologues de la culture, un procédé créatif et artistique ainsi qu'une vision du monde et une profession pour les stylistes, un processus social pour les sociologues, un mode de production pour l'industrie, un réseau d'échanges lucratifs pour le commerce, un moyen filmique pour les metteurs en scène de cinéma, un événement pour les médias – enfin, une économie parallèle non négligeable et une institution à blanchir l'argent pour les organisations du crime. La mode a donc plusieurs vies, la façon dont elle est perçue dépend du point de vue adopté. Il n'y a pas seulement les stylistes, les podiums, les mannequins, les coiffeurs, les esthéticiens, les photographes, les agences ou les « petites mains » qui font la mode, mais aussi les bureaux de tendances, le monde des médias ou les chaînes de distribution. Nous changeons par la mode, et même nous nous transformons. Tout le monde connaît la scène de « *Pretty Woman* » où Vivian Ward (Julia Roberts), munie de son prince Edward Lewis (Richard Gere) et d'une carte de crédit bien approvisionnée, s'habille dans l'une des boutiques chic du boulevard Hollywood, alors que la veille, sa tournée de mode s'était soldée par un fiasco. Ce moment constitue la première étape de la métamorphose qui fait d'elle, une prostituée trash, un modèle de conformisme vestimentaire. C'est ce qui explique que la mode est souvent considérée comme une mascarade. Pour d'autres, elle est un média et, comme tous les médias, elle est un élément constitutif et dynamique de la culture.

L'homme social est un homme habillé. Le désir et la prétention de façonner son corps est la clé de l'invention et de la pro-

duction du social. La mode est, ce faisant, un espace de négociation subtil, de nature à la fois économique, morale, religieuse, sexuelle, éthique, socioculturelle, spécifique à une génération ou à un sexe. La mode est vue par tout le monde comme un moyen de communication, et la communication se compose à quatre-vingt pour cent d'éléments non verbaux. Ceci mis à part, la mode possède, selon les contextes et les situations, une force narrative qui dépend étroitement de la personne qui la porte ou de son milieu culturel. Le mot de « mode » recouvre tout ce qui a à voir avec l'apparence et la présentation d'une personne : vêtements, chaussures et chapeaux, maquillage, barbe, cheveux et coiffures, accessoires, bijoux et encore, maintien et langage du corps. On parle de style de vie et même de sentiment de vie ou de monde de vie. La valeur utilitaire de la mode est donc moins essentielle que l'image – même si le confort, la façon et le prix y ont leur importance. La position de l'observateur n'est pas non plus indifférente. Dans ce schéma de communication, la proximité et la distance, le mouvement, la stature et le langage du corps ont également leur part. Au contraire d'époques antérieures, l'occidental contemporain est seul comptable de la manière dont il gère ses looks, ses images (de lui-même) et son mode de vie.

La marque de la modernité

La mode d'aujourd'hui – du moins en Europe et en Amérique du nord – a conclu une alliance inédite avec la technologie, ce qui confère au site économique européen un avantage considérable. De cette alliance émerge aussi une culture visuelle, qui génère de nouvelles perspectives

jusque dans le domaine de la mode.

Longtemps, la mode a été uniquement associée aux stylistes de mode. Certes, la mode des stylistes est toujours au centre du discours sur la mode, du seul fait de sa valeur représentative élevée, mais elle a perdu son monopole. Les divers trends et tendances de la mode dérivent d'espaces socioculturels différents et se fondent en formes hybrides. La grande différence, c'est que la mode des designers et des stylistes crée aujourd'hui encore des pièces uniques faites à la main alors que les autres filières de la mode dépendent de la production en série, ce qui d'ailleurs ne signifie pas qu'elles manquent d'originalité.

La mode des stylistes porte la marque de la modernité. Mais par ailleurs, l'histoire de la mode occidentale elle-même a été marquée d'apports étrangers, comme au Moyen Âge déjà avec l'importation d'étoffes précieuses (le damas ou la soie) ou de substances colorantes (le henné, l'indigo ou le safran). La dimension européenne du phénomène de la mode est donc toute relative, dès le départ.

Le maillage actuel, aux niveaux locaux et globaux, ne constitue pas un phénomène nouveau, mais une continuation du processus historique. Le commerce des étoffes remonte à l'Antiquité et a été à l'origine de voies de communication d'une grande importance culturelle, comme la célèbre route de la soie.

Ce qui est nouveau, c'est la forme du lien unissant le local et le global sous la domination exclusive du marché. Il serait complètement erroné de supposer que les cultures asiatique et africaine et leurs traditions textiles adoptent les valeurs de l'Occident en même temps que ses modèles vestimentaires. En fait, ce qui se pas-

se, c'est que les styles vestimentaires sont intégrés dans la matrice socioculturelle locale, sont remodelés et prennent une autre signification. Il n'y a pas seulement en Inde que « le comportement vestimentaire devient une arène où se règlent et se négocient les conflits de la modernisation, individuels aussi bien que culturels. La mode occidentale se voit pourvue de nouvelles significations. Les formes vestimentaires traditionnelles et la mode occidentale sont vues comme des options – non comme des alternatives »⁴.

Les spécialistes sud-africains des sciences humaines sont persuadés que « les traditions culturelles des différents pays (Afrique) sont si profondément ancrées et si vivaces que leurs particularités survivront et que la diversité culturelle continuera d'inspirer des créations talentueuses dans le domaine de la mode »⁵.

On trouve la mode des stylistes aujourd'hui non seulement à Paris, Milan, Londres, New York ou Tokyo, mais aussi à Moscou, Hong Kong, Mumbai, La Paz, Thessalonique, Varsovie ou Dakar. Du point de vue historique, la mode d'Europe et d'Amérique est le cœur dynamique des représentations de la modernité. Ainsi on peut comprendre la globalisation de la mode comme une technique spatiale et territoriale ou comme un instrument de stratification. Et la mode implique un jeu avec les matériaux autant qu'avec les significations culturelles, comme l'a montré le styliste de mode Wolfgang Joop lors de la présentation de sa collection de printemps 2007, où il a combiné des parkas avec des housses de sofa Biedermeier aux motifs floraux. Ces glissements de sens et modifications culturels des vêtements sont justement un acte créateur.

Les textiles technologiques : un nouvel avantage économique des nations industrielles

Le changement d'image provient aujourd'hui surtout des nouveaux matériaux, microfibres et textiles high-tech. Dans ce créneau, l'industrie textile allemande et d'Europe de l'Ouest se taillent un grand succès depuis quelques décennies. Elles en espèrent une nouvelle impulsion et la consolidation, à long terme, du secteur textile européen. Ces textiles possèdent plusieurs qualités particulièrement intéressantes : diversité des genres, fonctionnalité, flexibilité, interactivité, productivité et résistance. La fascination qu'exercent les nanomondes vaut également pour les textiles technologiques. Les stratégies de marketing misent sur la fascination et l'aura d'images techniques, mais aussi naturelles, qui parent l'« ancienne mode » d'un nouveau manteau. Que le consommateur ait vraiment besoin d'une mode aussi hautement équipée, comme les vêtements d'enfants anti-bactériens ou les vêtements de sport pourvu d'une lotion parfumée déodorante, c'est une autre question. L'industrie textile continue de consommer énormément d'énergie et de polluer l'environnement. Il semble que l'on ait d'yeux que pour la consolidation du site économique européen et que l'on se soucie peu des conséquences globales.

Mode et industrie du luxe

Aujourd'hui, les stylistes de mode et leurs créations sont souvent réduits aux noms de leurs marques pour les grandes entreprises. Si l'on en croit la presse du 18 mars 2006, le groupe de luxe italien

Prada a vendu sa filiale Helmut Lang au groupe japonais Link Theory Holdings. En février, l'investisseur britannique Change avait pris le contrôle de la maison Jil Sanders. Il est aujourd'hui courant de voir ce genre de transactions : elles donnent à penser que la mode est considérée depuis longtemps comme un produit par les groupes transnationaux, surtout les entreprises de luxe européennes et américaines. Dans le secteur du luxe, les leaders du marché sont constamment à la recherche de nouvelles marques. Leurs « proies » favorites sont les petites et moyennes entreprises ou maisons. On appelle cela des fusions, mais on ne peut s'empêcher de se demander parfois s'il s'agit vraiment de stratégies économiques ou politiques ou si ces fusions ne cachent pas plutôt une conception masculine classique du pouvoir. Ainsi, LVMH (Louis Vuitton Moët Hennessy) de Bernard Arnaud, le plus gros producteur de luxe du monde entier, possède entre autres Louis Vuitton, Kenzo, Donna Karan, Emilio Pucci, Céline, Loewe, Givenchy, Berlutti et Fendi (avec Prada), en outre les parfums Dior, Guerlain, Givenchy, Kenzo, etc. En 2001, le groupe a signé un accord de partenariat avec le groupe de bijoux DeBeers. De son côté, PPR (Pinaut-Printemps-Redoute) de Bernard Pinaut, le second géant du luxe, possède Gucci, Yves Saint-Laurent, Alexander McQueen, Bottega Veneta (maroquinerie), Sergio Rossi (chaussures), Stella McCarthy et Balenciaga. Prada, dirigé par le très autoritaire Patrizio Bertelli possède certes Church et Fendi, mais il tente de plus en plus à se concentrer sur ses propres marques comme Miu Miu. It-Holding possède Gian Franco Ferré, Finpart Spa compte Cerutti et d'autres marques à son actif. Movena, le groupe qui possède Diesel et fabrique aussi pour

La dimension européenne du phénomène de la mode est donc toute relative.

Vivienne Westwood et Ungaro, appartient au groupe de vêtements Noventa, etc. Diverses raisons expliquent cette situation : la plupart des maisons de mode ne disposent pas de suffisamment de capital et, du point de vue de la logique économique globale, elles demeurent trop attachées à la figure de leur fondateur.

Cependant, ces entreprises de luxe se distinguent par leur image d'exclusivité et une culture conséquente de la qualité. Si le message publicitaire parvient à styliser ces marques en véritables mythes et visions de rêve, c'est que le marketing de mode contemporain est en interactivité avec les consommateurs. Son succès se fonde sur la présentation d'excellentes collections, alliée à une gestion efficace des finances et de la marque. « Ce qui est vrai », dit Jil Sander, « c'est que je poursuis un concept esthétique. [...] Je veux créer une mode sans facéties. Quelque chose d'élégant et de moderne, de féminin, de gracieux, non dépourvu de noblesse »⁶. Derrière une marque de mode se cache donc des concepts qui nécessitent une commercialisation globale. En dépit de toutes les fusions, on s'efforce de conserver l'exclusivité et l'homogénéité du label de luxe. C'est pourquoi, les « groupes nobles » aspirent au contrôle absolu, et recourent pour cela à une stratégie multimarque, à la diversification et à l'accumulation. Les leaders du marché s'occupent de plus en plus personnellement de la commercialisation et de la diffusion, et rachètent certaines licences. La règle suprême dans le secteur du luxe, c'est la croissance contrôlée. Une marque de luxe vit de l'exclusivité, même si la notion de luxe s'est démocratisée et cible de nouveaux groupes sociaux. A cet effet, les affaires se doublent du commerce d'ac-

cessoires qui, souvent, dégage des marges plus élevées que le commerce classique de la mode. La stratégie multimarque exige des investissements importants, c'est pourquoi de plus en plus d'entreprises entrent en bourse. Le secteur du luxe s'est révélé très résistant à la conjoncture, bien que le 11 septembre ait provoqué une césure. On pourrait penser que l'industrie du luxe n'a pas besoin d'installer sa production dans les pays à bas salaires ou d'utiliser des procédés de fabrication polluants pour l'environnement. Mais l'âpreté au gain et l'absence de scrupules y ont leur place comme ailleurs. Après l'inondation de la Nouvelle-Orléans, alors qu'on n'avait pas encore sauvé tout le monde, ce qui inquiétait la haute couture, c'était qu'on manquerait peut-être de crocodiles : la Louisiane fournit 300 000 peaux de crocodiles par an pour la fabrication de sacs, de chaussures, de ceintures ou de bracelets de montre.

A côté de cela, il y a des stylistes indépendants comme Giorgio Armani, qui a fondé en 1999 une entreprise commune avec le tailleur pour hommes Ermenegildo Zegna. Il est vrai que la mode italienne donne le ton. Entre-temps, 53 entreprises de mode et de luxe travaillent dans ce pays dont 25 sont encore indépendantes. Les entreprises de mode milanaises et florentines comptent parmi les plus expansives d'Europe. Et à Paris aussi, de nombreux couturiers et créateurs de mode indépendants continuent d'avoir du succès. Durant les dernières années, on a assisté à un nouveau phénomène à Berlin. La capitale allemande, en particulier les quartiers autour de la Kastanienallee (souvent appelée « Castingallee »), a donné naissance à un nouveau centre de designers et de stylistes jeunes et créatifs. Berlin passe pour

être un lieu où l'élégance est abordable. Même constat pour d'autres grandes villes comme Marseille ou Thessalonique et surtout pour Anvers, la véritable capitale de la mode jeune.

La mode assimile et illustre donc de façon quasi-sismographique les conséquences et les transformations culturelles de l'époque moderne. Elle met en lumière la rapidité et la portée des transformations, le changement à l'intérieur des institutions, mais aussi les résistances et les refus. Son adaptation à la logique du marché n'est pas sans effets secondaires.

« Dommages collatéraux »

Le 11 avril 2005, l'usine textile de Spectrum Sweaters, à Shahriyar au Bangladesh, s'est écroulée et a fait 64 morts et 74 blessés. Cette usine était connue comme le lieu d'une effroyable exploitation. Les blessures graves et les brûlures n'étaient pas rares, le harcèlement sexuel une pratique courante⁷. Les entreprises comme Karstadt, Quelle, Steilmann, New Yorker ou Carrefour, qui faisaient fabriquer leurs produits par Spectrum, ont promis une indemnisation. Une année après la catastrophe, trois seulement d'entre elles avaient tenu leur promesse. Le travail des enfants dans les pires conditions n'est pas non plus exceptionnel, une partie d'entre eux se trouvent englués dans une espèce de servitude pour dettes⁸. Dans de nombreuses usines textiles, les jeunes filles à partir de quatorze ans font des postes de douze heures. D'après l'ONG Clean Clothes Campaign, neuf fabricants sur dix en Chine ne respectent pas les normes internationales du travail et leurs propres lois du travail chinoises.

Toutefois la résistance s'organise. En Chine, les employées du textile protestent massivement depuis des années. Après qu'au Bangladesh, lors d'une manifestation de l'usine FS Gazipur à Dhaka – qui fournit entre autres, la chaîne française de supermarchés Auchan et le groupe de mode suédois H&M –, un employé du tex-

tile a été tué par la police, on assiste en mai et juin 2006 à de violentes protestations. La violence est particulièrement présente dans la zone de libre-échange Savar, lorsque la police arrête plusieurs centaines de personnes⁹. Dans la ville industrielle de Ashulia, des milliers de personnes mettent le feu aux usines. L'opinion publique est peu informée de ces incidents. En revanche, les grandes entreprises européennes et américaines s'inquiètent de la situation. Elles exigent du gouvernement du Bangladesh qu'il mette fin au conflit le plus vite possible, « de façon pacifique et constructive ». Parmi les signataires : Adidas, C&A Europa, Hennes & Mauritz, Karstadt/Quelle, Levi Strauss et Co., Nike, Carrefour, Li&Fung et Lindex¹⁰.

La mode et le vêtement

Ce qui distingue la mode européenne de l'américaine ? Les uns parlent d'originalité, d'unicité et d'exclusivité (Gaultier), les autres d'intégration et du désir de créer un style commun à toutes les classes sociales (Tommy Hilfiger, Ralph Lauren, Donna Karan). Dans la chaîne de production, les différences sont cependant secondaires. La mode des designers, le vêtement et le marché du textile sont inséparables. Le marché de la mode et de l'habillement prospère depuis le milieu du XIX^e siècle. En 2004, 67 millions de tonnes de matière première textile ont été produites dans le monde entier¹¹. La part des fibres chimiques – surtout le polyester, le polyamide et les fibres PET – a augmenté et représente près de la moitié de la production textile mondiale, suivie par le coton et la laine. Le jute, la soie, les fibres libériennes et les fibres dures forment environ 9 pour cent de la pro-

duction mondiale. L'ensemble de la production textile a donc été multiplié par six en l'espace de quarante ans. Dans l'UE, la part des nouveaux textiles technologiques représentait en 2006 quelque vingt pour cent. Pourtant, alors que les employés de l'industrie textile et de l'habillement étaient près de 4,2 millions de personnes en 1980, en 2004 ils n'étaient plus que 1,8 million.

Du point de vue local et global, quatre raisons font de l'industrie de la mode et de l'habillement un facteur économique et d'image intéressant :

- Premièrement, ce secteur joue un rôle de pionnier dans le processus de globalisation. Dès les années soixante-dix, alors que personne ne parlait encore de globalisation, il a commencé à délocaliser sa production.
- Deuxièmement, l'industrie de la mode et de l'habillement continue, aujourd'hui encore, à bénéficier d'un statut d'exception dans les traités commerciaux internationaux.
- Troisièmement, il est particulièrement touché par les problèmes environnementaux du fait de la sensibilisation générale. Il est le plus gros pollueur du monde, à commencer par son énorme consommation d'eau.
- Et quatrièmement, il témoigne des nombreux effets (secondaires) de la globalisation. Selon que l'on considère les facteurs humains, sociaux, culturels ou environnementaux, il peut être vu comme particulièrement réussi ou complètement raté.

L'industrie de la mode et de l'habillement comprend aujourd'hui un large éventail d'entreprises, des petites échop-

pes d'arrière-cour jusqu'aux chaînes commerciales transnationales. Internationalement, le secteur de la mode et de l'habillement allemand et européen de l'Ouest se caractérise par une demande assez différenciée. Les récessions en Europe, l'élargissement à l'Europe de l'Est, une concurrence aggravée, les nouveaux développements technologiques et les changements politiques ont fait peser une énorme pression sur le secteur européen de la mode et de l'habillement dans les années quatre-vingt-dix. L'abrogation, fin 2004, de l'accord international de l'OMC sur les textiles, valide durant plus de quarante ans, a entraîné des changements fondamentaux. Ainsi, au moins théoriquement, toutes les restrictions bilatérales concernant la production textile de masse ont été supprimées, ce qui touche pratiquement tous les centres traditionnels de la mode et de l'habillement en Europe.

Vêtements en voyage

Les vêtements de sport, les jeans, les T-shirts, les costumes, les chemises et les jupes – une grande partie des vêtements que nous portons sont possédés d'une véritable bougeotte. Le mot « globalisation » est devenu, depuis les années quatre-vingt-dix un mot à tout faire : il se réfère à la métaphore de Marshall McLuhan du « village global » de la communication. Le mot donne à notre époque un nom et met en évidence l'extension mondiale des relations, leur accélération et leur densification. Tout le monde s'accorde à penser que la globalisation remet en question, au profit du marché, l'importance et la souveraineté des Etats nationaux ainsi que leur pouvoir et leur autorité fiscale¹².

Pour insister sur le fait que ce phénomène n'entraîne pas unilatéralement la suprématie planétaire de l'industrie culturelle occidentale, mais qu'il donne naissance à de nombreux mouvements contraires, le sociologue anglais Roland Robertson a introduit la notion de « glocalisation ». Vue du côté de la mode et de l'économie, la définition du phénomène est plus modeste et elle renoue avec les représentations économiques habituelles. Elle fait la différence entre la globalisation des marchés et les structures des entreprises.

L'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT) assurant depuis 1947 le libre-échange permettait également des exceptions dont l'industrie de la mode et de l'habillement surtout a profité (et qui se prolongeront dans certains règlements d'exception jusqu'à fin 2008). Jusqu'en 1995, les importations textiles et de vêtements à partir des pays émergents ou en voie de développement en Europe et dans les Etats-Unis étaient soumises à de sévères restrictions par l'Accord multifibre. Les « quotas » ont été desserrés à plusieurs reprises par l'Accord international sur les textiles (1995) pour finalement être supprimés. En pratique, les choses sont différentes. Les pays industrialisés ne respectent pas leur politique de libéralisation lorsqu'ils n'y ont aucun avantage. Pour ne pas mettre leur propre secteur de l'habillement en péril, ils libéralisent des secteurs et des produits à la valeur relativement insignifiante. Une casuistique qui ralentit la progression de la libéralisation, mais n'empêche pas toutefois que, fin 2004, soixante-dix à quatre-vingt-neuf pour cent des quotas aient été brusquement supprimés.

L'industrie de l'habillement continue d'être une grande mosaïque d'activités

artisanales liées entre elles, dans laquelle l'assemblage et la couture des vêtements représente près d'un cinquième des coûts. Une situation dont la conséquence est que la fabrication doit être transférée dans des pays où les coûts de production sont faibles. La production textile est, au contraire, un secteur high-tech qui exige un personnel spécialement formé et une infrastructure technique complexe.

Le transfert de l'industrie de la mode et de l'habillement s'est fait en plusieurs étapes. La première, dans les années cinquante, l'a amenée d'Europe occidentale vers le Japon, dans les années soixante-dix et quatre-vingt, du Japon vers Hong Kong, Taiwan et la Corée du sud, et finalement, à la fin des années quatre-vingt et dans les années quatre-vingt-dix de nouveau vers la Chine, l'Asie méridionale et le Sri Lanka, et parallèlement, dans les années quatre-vingt-dix, vers le Mexique et les Antilles, respectivement l'Amérique centrale. Dans quelle partie du monde et de quelle manière les produits sont fabriqués dépend de nombreux paramètres : aides à l'investissement, systèmes fiscaux, possibilités de participation au capital, montant des salaires et coût de la vie, coûts de l'approvisionnement (matières premières et auxiliaires et de production), frais de transport, stabilité politique, travail à domicile de même que situation des droits de l'homme dans les productions offshore (conditions de travail générales, des femmes et des enfants), etc.

Au début du XXI^e siècle, au sein de la globalisation, s'est formée une sorte de régionalisation incluant les trois centres suivants : les Etats-Unis et le Canada avec les Antilles et le Mexique, le Japon et l'Australie avec l'Asie orientale et méridionale, et l'Europe occidentale et orientale, la Turquie et l'Afrique du Nord, surtout la Tunisie et le Maroc. Mais les entreprises importantes et les secteurs de production qui demandent beaucoup de formation et de technologie restent toujours placés dans les pays industriels. Alors que les grandes entreprises commerciales ré-

clament l'abrogation des quotas tout en continuant de profiter des avantages du système – par l'internationalisation croissante de leurs chaînes de distribution –, les entreprises possédant leur propre production dans les pays industrialisés réclament la protection gouvernementale. Entreprises « sans usine », c'est-à-dire ne possédant pas leurs propres ateliers de production, les grandes maisons de commerce concentrent un pouvoir d'achat énorme, ce qui assure leur mainmise sur les usines de vêtements. Ce sont elles les grandes gagnantes de la libéralisation et ses avocates les plus radicales.

Fin de l'accord international sur les textiles

En 2004, près de 160 pays producteurs étaient en concurrence dans les domaines de l'habillement, des textiles et des chaussures et se battaient pour les bonnes grâces de trois marchés principaux répartis dans environ trente pays. L'entrée de la Chine dans l'OMC (2002) a aggravé la situation des pays peu armés pour la compétition. C'est surtout la Chine qui a profité de la suppression de l'accord alors que, dans les autres pays, la production a connu un recul dramatique¹³. Le conflit a conduit à l'accord de compromis du 10 juin 2005, qui en a renvoyé la solution à 2008¹⁴.

L'un des grands avantages de l'industrie chinoise de la mode et de l'habillement – et indienne d'ailleurs – est qu'elle réunit l'ensemble des acteurs du cycle de production, de la fabrication du coton à la finition des vêtements en passant par le montage des macarons et des étiquettes. Son éventail d'échantillons de qualité a également très vite augmenté¹⁵. Ef-

fectivement, la Chine compte parmi les plus gros importateurs de machines à tricoter et de métiers à tisser d'Italie, de Belgique et d'Allemagne. L'industrie de l'habillement n'est toutefois pas touchée par cette poussée de modernisation. Elle se compose surtout d'innombrables petites et moyennes entreprises réparties dans tout le pays et concentrées dans les zones économiques spéciales de la côte méridionale et orientale¹⁶. Les ouvriers chinois comptent parmi les moins chers du monde, beaucoup d'entre eux sont des travailleurs itinérants. Les entreprises chinoises s'intéressent depuis des années à tout ce qui touche à la mode et au textile, aux grandes firmes de commerce textile de gros anglaises, suisses, françaises et, tout particulièrement allemandes, surtout celles possédant des noms célèbres ainsi qu'aux constructeurs de machines textiles. L'Inde aussi, et dans une moindre mesure la Roumanie, font partie des gagnantes de la restructuration qui coûte très cher aux autres pays¹⁷.

Les salaires réels baissent dans le domaine de l'habillement de façon alarmante. Ce qui est également préoccupant, ce sont les conditions de travail dans ce secteur, dans le monde entier. La plupart du temps quiconque ose protester se voit sanctionné, menacé, harcelé, mis à la porte et même dans certains cas, assassiné¹⁸. Les conditions de travail finissent par ressembler à de l'esclavage. Les codes de conduite que certains groupes souhaitent respecter commencent seulement à s'imposer. De plus, ils sont souvent affaiblis. Lorsque les ONG comme Clean Clothes Campaign accusent les grandes entreprises de dumping social, la réponse s'ensuit selon un schéma presque standardisé : lorsque les inégalités sociales cho-

quantes sont manifestement prouvées et « trouvent un écho dans l'opinion publique », les entreprises renvoient d'abord à leur propre code qui demandent à leurs fournisseurs de respecter certains standards sociaux minimaux. Lorsque les critiques persistent, elles renvoient à leurs propres protocoles de contrôle ou dénoncent les contrats qui les lient aux fournisseurs incriminés pour avoir les mains nettes¹⁹. Dans le même temps, ces entreprises réalisent des bénéfices record²⁰.

Les stratégies de production

Même pour Karl Lagerfeld, adepte convaincu de la concurrence et de la compétition, « aujourd'hui, le « jeu » est manipulé dans le monde très capitaliste de la mode »²¹. A quoi ressemble ce « jeu » ? Pour résumer, les stratégies des chaînes commerciales de gros approuvent la délocalisation de la production dans les pays où cette dernière est le moins cher, elles réclament la réduction des cycles de production, le report des risques sur les fournisseurs et la minimisation des coûts de production. Cela mène à des pratiques d'achat agressives, à la recherche systématique de fournisseurs qui poussent les usines à des délais de production de plus en plus courts et à des logiques du juste à temps. Les technologies modernes comme Internet sont du côté des grands groupes. Ne sont déterminés que l'objet, la date, le lieu, la qualité, la couleur et la taille. Il y a des consignes de prix « qui ne sont pas négociables »²².

Résultats : une gestion abusive et un style de direction qui fait obstacle à toutes les activités syndicales ou tente d'éliminer leur introduction par des « listes noires » ou encore met en place des conditions de travail permettant d'embaucher et de licencier les travailleurs très vite et à tout moment – par exemple, pour cause de grossesse ou de maladie. Dans ce système opaque de fournisseurs et de sous-traitants peu de firmes se soucient de responsabilité sociale et écologique.

Au bout de la chaîne, le prix payé est effectivement très élevé pour les salariés, surtout dans les zones de libre-échange. Car aux conditions de travail désastreuses s'ajoutent les problèmes de santé, en particulier dans les fabriques ne disposant d'aucune norme pour l'éclairage, l'atmosphère, les installations hygiéniques, les menaces psychiques et physiques, les abus sexuels, la discrimination, les accidents du travail graves et même les meurtres ou les enlèvements. Voilà le non-dit de la globalisation. La part des femmes qui travaillent comme couturières, brodeuses, repasseuses ou emballeuses est si élevée – entre 75 et 90% – que l'on peut parler d'une féminisation de ce secteur d'activité. Elles travaillent et sont payées aux pièces. La raison principale qui pousse ces jeunes femmes à supporter tout cela, c'est à coup sûr leur désir d'échapper aux rôles traditionnels dévolus aux sexes. Ces stratégies agressives conduisent à la « Walmartisation » du secteur. Ainsi, le Bangladesh a légalisé la semaine de 72 heures, les Philippines ont annulé le salaire minimum dans l'industrie de l'habillement. Quant aux géants de la chimie, ils gagnent eux aussi, sur les champs de coton et avec les procédés de finissage.

L'économie souterraine de l'industrie de la mode et de l'habillement

L'espace de l'économie souterraine s'accroît de jour en jour et s'institutionnalise de facto, d'autant que les entreprises transnationales tendent aujourd'hui à déménager le façonnage de leurs produits des zones de libre-échange vers des endroits encore plus louches (une chaîne obscure de sous-traitants et de travail à domicile).

D'un secteur louche à un secteur criminel, il n'y a pas loin. D'après Manuell Castells, des plans financiers complexes et des réseaux commerciaux internationaux relient l'économie criminelle à l'économie formelle. La Thaïlande fournit un exemple de sources illégales de financement : dès le milieu des années quatre-vingt-dix, des milliards de dollars résultant du trafic de la drogue dans le Triangle d'or ont été injectés dans l'industrie textile et ont ainsi été réhabilités. En revanche, les importations massives de textiles bon marché comme moyen de blanchir l'argent du trafic de drogue colombien ont détruit l'industrie textile locale vers la fin du siècle dernier.

Faux, insolents et pas chers : les marchés du piratage et de la contrefaçon

La globalisation a un autre effet secondaire qui constitue maintenant une menace pour l'industrie : les contrefaçons, les plagiats, les copies pirates et le « vol d'idées ». Il n'y a pas que la Chine qui soit visée. Ainsi l'association allemande du textile a conclu un accord avec la Chine en avril 2006 pour endiguer le vol d'idées. Même le chef d'Etat chinois Hu Jintao a appelé à la lutte contre le piratage lors de son voyage aux Etats-Unis en 2006.

L'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) et d'autres experts estiment les dommages des plagiats à environ 450 à 700 milliards de dollars en 2004, ce qui représente près de neuf pour cent du commerce mondial²³. 23,6% sont à mettre au compte de la Chine, 7,7% à celui de Hong Kong²⁴. Les contrefaçons proviennent de Thaïlande (23,5%), de la Turquie (10,2%) et de Tchèque, mais aussi de Corée, de

Pologne, de Russie, de Malaisie, du Vietnam et des Etats-Unis (avec tout de même 8,4%). L'industrie textile turque compte les plus grands faussaires du monde entier. En 2002, les douanes allemandes ont saisi plus de 12.4 millions d'euros de sweat-shirts, T-shirts, jeans et chaussures. En 2005, les douanes ont confisqué 13,5 millions et dans l'UE, plus de 100 millions en tout.

Certes, la Chine a adopté des lois sévères contre les contrefaçons, le seul problème, ce sont « le manque de conscience juridique et le nombre énorme des cas », fait remarquer Wolf-Rüdiger Baumann, le directeur de l'association allemande *Textil + Mode*²⁵. Mais la problématique des contrefaçons est aussi une question culturelle. Il s'agit d'une invention occidentale dont les racines plongent jusqu'au Moyen Age. La dévalorisation de la copie comme une activité mineure est étrangère à la plupart des cultures asiatiques. Ce que les pirates de pays comme la Chine ont pourtant très vite et très nettement compris, c'est la logique économique du phénomène, en somme le lien entre les produits de marque occidentaux et les gros bénéficiaires. Malgré la fermeture médiatique d'entreprises de piratage à Beijing, des branches entières de l'industrie en vivent dans certaines provinces. Les experts du secteur semblent penser qu'émerge lentement la conscience que l'hégémonie des prix ne suffit pas à longue échéance à garantir l'avantage dans la concurrence.

Les consommateurs et le transfert culturel global ?

Les consommateurs ont leur part de responsabilité. Ils dépensent certes peu

d'argent pour la mode et les vêtements – 4,9 pour cent en 2003 contre 5,5 pour cent en 2000 en Allemagne –, mais en revanche ils s'achètent plus de vêtements. Sans la chute des prix, ce comportement consommatoire serait inimaginable. La tendance est aux produits bon marché, même s'il faut les jeter après les avoir lavés deux fois. S'y ajoute un nouveau comportement d'achat. En 2004, l'association fédérale allemande de la vente par correspondance a annoncé une augmentation du chiffre d'affaires par Internet en comparaison de l'année 2000. Ainsi, eBay est devenu le plus grand commerçant de mode en ligne : c'est pourquoi en 2006, l'industrie du luxe s'est attaquée à cette entreprise de vente électronique à cause des contrefaçons. Par ailleurs, les enfants des pays occidentaux s'enrichissent. En 2005, chaque enfant entre six et treize ans disposait de plus de 1000 euros d'argent de poche par an²⁶. Lorsqu'ils achètent des chaussures de sport ou des vêtements, les enfants s'orientent vers les marques. La mode ne facilite pas l'esprit critique : le plaisir de consommer et la déception sont des jumeaux dont elle sait jouer avec adresse²⁷. Les textiles et les vêtements sont également des biens culturels, c'est-à-dire des éléments de l'industrie culturelle liés aux milieux culturels et à la production d'identité. Ce côté culturel de la production de mode et de vêtements, fortement ancré dans les régions, a été sacrifié par la globalisation néo-libérale. Il serait tout à fait pensable d'établir un lien avec la globalité qui pourrait conduire à une nouvelle diversité, mais il n'a pas été réalisé pour des raisons économiques de profit.

L'UE continue de représenter un acteur du commerce de la mode et des textiles qu'il ne faut pas sous-estimer, pas

seulement dans le domaine de la consommation. Ses chances dans la production résident surtout dans la qualité et la proximité. Plus les cycles de la mode sont brefs, plus il s'avèrera dangereux pour elle d'importer des marchandises de Chine ou d'Inde car n'oublions pas que le transport naval vers l'Europe dure deux à trois semaines. Ce serait certes plus rapide en avion, mais cela augmenterait le prix, bien que la flotte des avions de fret aille croissant rapidement. Jusqu'à présent, les transports interminables n'ont presque aucune incidence financière parce que les salaires sont terriblement bas dans l'industrie de la mode et de l'habillement. Mais cela pourrait changer assez vite, car le commerce reste coûteux (en moyenne près d'un tiers de la valeur de la marchandise transportée) et les coûts de l'énergie et de la sécurité augmentent à une vitesse folle.

La Commission européenne estime que jusqu'à présent, l'UE est le plus gros exportateur du monde. Si on considère l'industrie de l'usinage, c'est la Chine qui est en tête. Il ne s'agit pas, néanmoins, de jouer l'Inde ou la Chine contre l'Europe, mais d'établir des règles du jeu de façon

à ce qu'il n'y ait pas uniquement une poignée de gagnants et une foule de perdants et à ce que l'environnement, la qualité de vie humaine et la justice sociale soient respectés. L'introduction d'une économie durable représente un problème aigu parce que, aussi longtemps qu'il y aura des hommes, la question du vêtement demeurera actuelle.

Daniel Devoucoux est né à Paris en 1950. Il a fait des études d'histoire et de germanistique, de sociologie et de mathématiques à Paris. Il a passé sa thèse de doctorat en histoire et germanistique à la Sorbonne, Paris. Depuis 1996, il est journaliste indépendant et enseigne dans le domaine des sciences humaines auprès de différentes universités. Ses thèmes de prédilection dans ses ouvrages et ses recherches : anthropologie de la culture, en particulier l'histoire internationale du vêtement, les vêtements au cinéma et dans les médias, l'histoire du cinéma et des médias, les théories de la mode.

¹ Süddeutsche Zeitung, 23-24.9.2006.

² Kaiser, Alfons : «Ton in Ton», Frankfurter Allgemeine Zeitung, 19.8.2006.

³ Furetère, Antoine : Dictionnaire. Paris 1690, volume 2, article «Mode».

⁴ Mentges, Gabriele : «Maßgeschneiderte Identität». In: KulturAustausch, Die Welt als Laufsteg, numéro 4/2002, p. 54.

⁵ Salo, Elaine : «Die Bedeutung junger Modedesigner für die afrikanische Kultur und Wirtschaft». In : Generation Mode. Catalogue d'exposition. Stadtmuseum Düsseldorf 2006, p. 38.

⁶ «Contemporary Lady». Ein Interview mit Jill Sander von Stephanie Tosch. In: Texte zur Kunst, numéro 56/décembre 2004, pp. 67-69.

⁷ Les deux employées de l'entreprise racontent que l'un des directeurs dispose d'une pièce bien équipée qu'il utilisait à cette fin. Quand une jeune femme refusait d'obéir, elle était immédiatement licenciée. Quick Fix. Inkonta 3/2006, pp. 74-75.

⁸ Indien: Schule statt Kinderarbeit. Siegburg 2006, p. 46.

⁹ Clean Clothes Campaign, juin 2006; Terre des Femmes, juin 2006.

¹⁰ D'après le quotidien New Age de Dhaka, ces entreprises commandent près de la moitié des exportations textiles du Bangladesh. Voir www.twnetwork.de, 23.6.2006.

¹¹ Industrie textile Suisse 2005. Sauer Management AG 2005.

¹² Osterhammel, Jürgen et Petersson, Niels P.: Geschichte der Globalisierung. Dimensionen, Prozesse, Epochen. Munich 2003, p. 11.

¹³ Ainsi au Pakistan (-37%), au Sri Lanka (-25%), au Bangladesh (-9%), et les pays européens. Communiqué de l'UE du 17.5.2005.

¹⁴ Jusqu'en juin 2006, l'UE n'avait cependant fait aucune proposition pour l'application pratique de cet accord, une situation qui a conduit quelques petits et moyens commerçants à la ruine.

de, 26.9.2005.

¹⁵ En comparaison l'UE a exporté 19 Milliards et les Etats-Unis 5,5 Milliards.

Source: OMC.

¹⁶ Par exemple, l'un des centres chinois de l'industrie de l'habillement est Bei Jiang Delta (Pearl River). La plupart des fabriques ont été transférées de Hong Kong bien avant que la ville portuaire soit rendue à la République populaire de Chine.

¹⁷ Comme les 23 pays appartenant au Caribbean Basin Initiative et le Mexique ou les 37 pays de l'African growth and Opportunity Act.

¹⁸ Lorsque les employés d'un gros fournisseur de Haïti, qui travaillaient pour Levi Strauss, ont voulu améliorer leur salaire journalier - inférieur à deux dollars -, en recourant à des actions syndicales légales, on leur a tiré dessus, Kearney, idem.

¹⁹ Ferenschild, Sabine: Die OCDE-Leitsätze für multinationale Konzerne. Berlin, sans date.

²⁰ Ainsi, en 2004, Nike avec 1,45 milliard de dollars, Adidas avec 520 millions, Puma avec 465,4 millions ou Reebok avec 265,7 millions.

²¹ «Alles in allem». Interview de Karl Lagerfeld, idem, p. 37.

²² Ken Loo, secrétaire général de l'association des entreprises textiles du Cambodge (GMAC) dans Die Zeit, 4.5.2005.

²³ Süddeutsche Zeitung, 20.4.2006.

²⁴ Handelsblatt, 22.5.2006.

²⁵ Il existe un mouvement anti-consommation assez fort et actif aux Etats-Unis et en France. Voir Le Monde, 26.9.2005.

²⁶ Süddeutsche Zeitung, 20.4.2006.

²⁷ Frankfurter Allgemeine Zeitung, FAZ.Net, 2.8.2006. «Kinder können Geld ausgeben wie nie».

Il existe un mouvement anti-consommation assez fort et actif aux Etats-Unis et en France. Voir Le Monde, 26.9.2005.

LA CHARPENTE DE L'EUROPE L'architecture du monde entier a ses racines en Europe. Cet art est aussi divers que les cultures qu'il a produites, d'autant qu'il joue également un rôle économique important. Le processus d'unification européen fournit aux architectes une occasion d'exercer leur art à l'étranger, mais il recèle aussi un danger: celui d'aboutir à l'uniformisation des styles de construction. *Hans Ibelings*



nées quatre-vingt du XX^e siècle, on pouvait les compter sur les doigts des deux mains (avec trois projets datant des années cinquante, l'architecte austro-hongrois Marcel Breuer occupait une première place inattaquable). Durant les deux dernières décennies, ce chiffre a augmenté de façon exponentielle, au début avec surtout des projets d'architectes mondialement connus comme Renzo Piano, Norman Foster et Steven Holl, mais aujourd'hui également avec des projets d'architectes dont la renommée n'est pas encore mondiale.

L existe de nombreuses raisons pour lesquelles l'Europe, malgré l'élargissement croissant de l'Union européenne et l'engagement de différents organismes paneuropéens, ne parvient (toujours) pas à créer une unité géographique, culturelle, sociale, politique et économique.

L'Europe fait son entrée en architecture

Malgré les différences et les antagonismes, il existe des domaines culturels, comme l'architecture, qui se sont internationalisés. L'indicateur le plus manifeste en est le nombre de bâtiments conçus par des architectes étrangers dans un pays. Aux Pays-Bas, par exemple, dans les an-

Un autre indicateur est le nombre d'architectes étrangers dans un pays particulier. Pour prendre l'exemple des Pays-Bas, une fois encore : jusque récemment, la grande majorité des employés dans les bureaux d'architecture étaient d'origine néerlandaise et presque tous les bureaux étaient dirigés par des Néerlandais. Entre-temps, les bureaux font appel à des collaborateurs internationaux pour composer leurs équipes. S'y ajoutent de nouveaux bureaux, dirigés par des architectes étrangers – du duo espagnol Helena Casanova et Jesus Hernandez aux Allemands André Kempe et Oliver Thill. Etant donné leur réputation de paradis de l'architecture – une réputation qu'ils ont acquise dans les années quatre-vingt-dix – les Pays-Bas sont peut-être un exemple

atypique. Il n'est pas rare de voir des architectes qui, malgré leur manque d'expérience, prennent en charge la construction de bâtiments importants.

Cette internationalisation, sensible dans la plupart des pays européens, s'explique de plusieurs manières. La première, aussi générale que banale, est que ce processus résulte de la globalisation et que la globalisation ne recule pas plus devant l'architecture que devant les autres domaines de vie. Pour la plupart des Européens, cette globalisation se déroule principalement à l'intérieur de leur propre continent. Ainsi en va-t-il pour les architectes européens, indépendamment de l'effet d'aimant qu'exercent sur les architectes Shanghai, Dubaï ou d'autres métropoles en plein développement.

La mise au concours européenne des projets d'urbanisme, les échanges d'étudiants dans le cadre du programme européen Erasmus, la collaboration internationale des universités et des institutions de recherche ainsi que la libre circulation des personnes, qui a considérablement facilité l'obtention d'un permis de travail dans un autre pays de l'UE, tous ces facteurs ont conduit à une européisation évidente de l'architecture.

Mentionnons en outre des institutions comme le Prix pour l'architecture contemporaine Mies van der Rohe, créé par l'Union européenne, et European, un concours destiné aux jeunes architectes de moins de 40 ans, dont le lauréat voit la construction de son projet soutenue. Il existe, parallèlement, un grand nombre d'initiatives internationales, à l'orientation presque exclusivement européenne, de Wonderland et Young European Architects (YEA) au Centre d'Architecture d'Europe centrale (CCEA) de Prague en

passant par un nombre considérable de biennales, de triennales ou de festivals d'architecture – Istanbul, Rotterdam, Îles Canaries ou Oslo, pour n'en nommer que quatre. Tous ces projets encouragent d'intenses échanges culturels. Sans compter la contribution de la revue *AIO new European Architecture*, seule revue européenne d'architecture, depuis 2004, à disposer de correspondants et de lecteurs dans tous les pays européens, de la Norvège à l'Ukraine.

Une architecture monoculturelle ?

L'unité européenne qui se reflète dans le domaine de l'architecture recèle toutefois certains risques dont je ne retiendrai ici que les aspects sociaux et culturels. L'historien Tony Judt fait une description très juste de l'aspect social dans son livre « *Postwar : A History of Europe since 1945* ». Dans cet ouvrage, il évoque une nouvelle division de l'Europe, entre d'un côté un petit groupe d'Européens cosmopolites et de l'autre, un groupe beaucoup plus grand d'habitants de l'Europe qui ne se sentent guère européens. De nombreux architectes, cela vaut sûrement pour la génération des 20 à 40 ans, se sentent « véritablement » européens, par leur formation, leur travail, leur style de vie et leurs intérêts. En même temps ce côté cosmopolite comporte le risque qu'ils ne parviennent plus tout à fait à combler les espoirs et les désirs des gens pour lesquels ils planifient et construisent. L'aspect culturel de ce revers de médaille est que, du fait de l'internationalisation de l'architecture, du fait de l'amplification du rayon de travail et d'action des architectes, du fait des conceptions de l'architecture partagées par ces Européens à l'orientation cosmo-

polite, il se produit dans toute l'Europe une certaine uniformisation des modes et des tendances qui annule les différences locales et nationales.

Cette homogénéité souligne la communauté de vues qui existe, et a toujours existé, à l'intérieur de l'architecture. Elle vient de ce que l'architecture est, depuis des siècles et sans exception, une activité européenne. Cela n'a rien à voir avec un certain euro-chauvinisme ou un sentiment de supériorité culturelle. De tout temps, l'Europe s'est définie à travers l'architecture.

Toute histoire de l'architecture est aussi une histoire de l'Europe, explicitement ou implicitement. Même lorsque les styles ne se sont pas formés en Europe, ils ont pris l'Europe comme référence centrale ou modèle essentiel. La majorité des ouvrages de référence, lorsqu'ils écrivent l'histoire de l'architecture, après avoir traité du bref apogée du Moyen-Orient, se concentrent sur l'Europe depuis 2000 ans. Ce n'est qu'au XIX^e siècle que l'Amérique du Nord s'est intégrée dans cette histoire et que depuis le milieu du XX^e siècle que le Japon et l'Amérique latine y ont leur part. Le reste – l'Asie, l'Afrique et l'Australie – doit se contenter d'un rôle de figurants.

Une perspective eurocentrique de la construction

L'histoire de l'architecture fait souvent preuve d'eurocentrisme et il serait certainement plus approprié de pondérer le récit de l'évolution historique et d'y faire une place plus grande au monde. Ces dernières années, heureusement, quelques tentatives ont été faites dans ce sens.

Remarquons en outre que c'est sur-

tout l'Europe de l'Ouest qui a conditionné l'image de l'architecture européenne. Des pays comme l'Italie, la France et l'Allemagne ont fait progresser, pendant des siècles, le développement de l'architecture.

La prééminence traditionnelle de l'architecture occidentale est encore artificiellement renforcée par le fait que la plupart des historiens se trouvaient, ou se trouvent encore, en Europe de l'Ouest et aux Etats-Unis. La conséquence en est qu'il n'existe pas d'histoire de l'architecture à l'est de Vienne. Ce qui n'est pas connu reste ignoré – la rançon du succès.

Ce qui vaut pour l'Europe orientale et centrale vaut également pour la soi-disant périphérie du continent. C'est ainsi, par exemple, que l'avant-garde polonaise et tchèque de l'entre-deux-guerres, l'époque moderne grecque des années soixante, l'architecture slovaque et croate des années soixante et soixante-dix n'occupent pas de place définie dans les livres d'histoire, une place qu'ils auraient pourtant bien méritée.

L'architecture comme facteur économique

La scène culturelle de l'Europe, subventionnée par l'Etat, ne laisse jouer à l'architecture qu'un rôle accessoire à côté des théâtres et des musées. Mais du point de vue économique et social, la culture architectonique est un facteur d'avenir intéressant sur un continent qui possède un nombre d'architectes très élevé.

Ainsi, il est fréquent d'impliquer des architectes dans la planification des ter-

Cela n'a rien à voir avec un certain euro-chauvinisme ou un sentiment de supériorité culturelle. De tout temps, l'Europe s'est définie à travers l'architecture.

rains et des espaces publics ainsi que dans la construction de logements ou le développement urbain. Dans les pays riches, à la suite des mandants publics ou semi-publics, il existe également des entreprises privées de plus en plus conscientes de la responsabilité sociale qu'impliquent les projets de construction.

Le statut actuel de l'architecture se profile très nettement, non seulement dans des pays traditionnels d'architecture comme l'Espagne et la France, mais aussi dans le reste du monde. Ces dernières années, par exemple, l'architecture irlandaise a fait fureur, les architectes estoniens se font fait remarquer, au Portugal, on assiste à l'émergence d'une nouvelle génération d'architectes, en Autriche, l'architecture prend un nouvel essor et de jeunes pays comme la Slovaquie et la Croatie se fraient leur voie.

Qu'en ce moment, aucun de ces pays, régions ou villes ne constitue le centre de cette nouvelle architecture ou n'éveille l'intérêt des médias, montre à quel point notre monde contemporain est globalisé – les classiques distinctions spatiales entre centre et périphérie s'estompent.

Les nouveaux moyens de communication réduisent considérablement ces distinctions, le centre et la périphérie sont devenus interchangeables : tout peut être centre, tout peut être périphérie. Dans ce contexte, il est révélateur que les architectes les plus éminents ne travaillent pas aujourd'hui dans les centres culturels traditionnels des capitales d'Europe occidentale : ainsi les deux bureaux d'architecture les plus célèbres se sont installés à Rotterdam (l'OMA de Rem Koolhaas) et à Bâle (Herzog & De Meuron). De même, diverses formations d'architecture importantes, pépinières des futures gén-

érations, se trouvent dans des villes périphériques comme Göteborg, Graz ou Gleiwitz. Cela démontre une fois de plus que les architectes ne doivent plus forcément s'installer dans les capitales pour prendre une place de premier rang. Même s'ils habitent et travaillent hors des centres traditionnels, les architectes peuvent aujourd'hui constituer une sorte de culture marginale au sein d'une classe sociale européenne culturellement cosmopolite. C'est justement cela qui soude ce groupe professionnel par-delà les frontières.

Grâce aux technologies contemporaines et aux possibilités ouvertes par la mobilité, personne aujourd'hui n'a besoin de vivre dans une métropole pour mener un style de vie cosmopolite et urbain. Ceci ne concerne pas seulement la culture urbaine de l'Europe, mais aussi, en fin de compte, l'ensemble de l'environnement construit. Si un village est capable d'adopter certaines particularités de la grande ville et, inversement, si une ville sait conserver un caractère de village, bref si les oppositions entre ville et campagne, entre métropole et village s'estompent, alors on parviendra à une nouvelle géographie européenne.

Hans Ibelings est né en 1963 à Rotterdam ; il est historien de l'architecture et auteur de plusieurs ouvrages consacrés à l'architecture contemporaine. De 1989 à 1999, il a été curateur de l'Institut néerlandais pour l'architecture, de 2000 à 2004, auteur indépendant et à partir de 2004, il a été rédacteur et éditeur de la revue d'architecture *A10 new European architecture* et depuis 2006, il est professeur invité à l'École polytechnique fédérale de Lausanne.