

Les enjeux des industries culturelles

Les évolutions technologiques que le monde connaît depuis plus de vingt ans ont des conséquences considérables sur les industries culturelles. En effet, elles remettent en cause des équilibres établis depuis longtemps et ont un impact énorme sur les usages des « consommateurs » de biens culturels comme sur les formes de création et de transmission de contenus culturels, bousculant et transformant fondamentalement la relation des auteurs et des créateurs à la fois avec leurs publics et avec les éditeurs et les producteurs. Qu'il s'agisse de la musique, du cinéma, du livre, de l'audiovisuel, des jeux vidéo ou de la presse écrite, ces évolutions bouleversent les modèles économiques. Le numérique permet aussi aux usagers de devenir des acteurs en leur donnant la possibilité de créer et de partager des contenus.

Par **Laurence FRANCESCHINI***

Dans le cadre de cette économie de l'hyper-offre, les modèles traditionnels de rémunération sont remis en question et les équilibres au sein de la chaîne de valeur sont déstabilisés. Ils le sont car les structures de coûts ne sont plus les mêmes, notamment en ce qui concerne les barrières à l'entrée ou le poids financier de la distribution. L'offre dématérialisée correspond à trois modèles de revenus traditionnels principaux : le gratuit, le payant (incluant le paiement à l'acte et l'abonnement) et les financements publics. Le modèle gratuit est celui des médias de masse. Le modèle du paiement à l'acte est le modèle classique de vente de nombre de biens culturels, tandis que le modèle de l'abonnement payant permet de faire payer un abonnement à l'utilisateur lui donnant un accès limité ou illimité à un contenu. Le modèle des financements publics peut, quant à lui, prendre des

formes diverses : subventions, contribution à l'audiovisuel public (redevance audiovisuelle). Les modèles économiques traditionnels, notamment ceux liés à la distribution physique des biens culturels, sont remis en cause, et les défis à relever sont nombreux, qu'il s'agisse de la rémunération des composantes des filières de création ou de production, ou des débats européens.

DES MODÈLES ÉCONOMIQUES BOULEVERSÉS

Le numérique a impacté chacune de ces filières de manière différente. Dans un premier temps, le modèle de la gratuité a été le modèle privilégié par le numérique. Le modèle payant, quant à lui, a été transposé au numérique, soit sous forme d'abonnements avec un accès plus ou moins limité, soit sous la forme d'un paiement à l'acte. Et de nouveaux modèles sont apparus : celui du *freemium*, dans lequel l'offre gratuite est

* Directrice générale des Médias et des Industries culturelles, ministère de la Culture et de la Communication.

un produit d'appel pour proposer des offres payantes, celui des *Creative commons* (licences libres de droits), ainsi que celui du micro-paiement (achats en nombre, mais pour un très faible montant unitaire en numérique) et du *crowdfunding* (mobilisation des contributions des internautes en vue de la production d'une œuvre collective), etc.

Si le chiffre d'affaires agrégé des différentes industries culturelles a progressé entre 2007 et 2011, les situations sont très contrastées d'un secteur à l'autre. En effet, les industries culturelles n'ont pas initié au même moment leur mutation sous l'effet du numérique, et ne connaissent donc pas toutes un développement analogue. Le constat est le suivant : touchées les premières par la mutation numérique, la presse et la musique sont les industries dont le chiffre d'affaires a le plus fortement régressé entre 2007 et 2011, perdant respectivement 16 % et 30 %. L'industrie musicale a été victime du piratage en ligne dès 1999, tandis que la presse n'a pas pu jusqu'ici adapter avec succès son modèle traditionnel fondé sur le double apport des recettes publicitaires et des ventes aux lecteurs. Les recettes de la vidéo à la demande (VàD), en hausse de 44 % entre 2010 et 2011, sont, quant à elles, insuffisantes pour compenser le déclin des ventes de supports physiques (DVD et *Blu-ray*), qui ont enregistré une baisse de 8,2 % en 2011, par rapport à 2010.

Le secteur de l'édition littéraire est globalement stable depuis 2010, autour de 4,2 milliards d'euros, mais il est en baisse de 1,5 % en 2012. En France, la filière de l'édition bénéficie d'une loi sur le prix unique du livre imprimé comme du livre numérique ainsi que d'un taux de TVA réduit qui s'applique aux livres imprimés et aux livres numériques homothétiques.

Le jeu vidéo, né numérique, enregistre des ventes en progression régulière sur la période 2007-2011. Toutefois, les studios et les développeurs de jeux doivent s'adapter aux nouveaux usages des joueurs, qui plébiscitent de plus en plus les *smartphones* et les tablettes, ce qui oblige les acteurs à se plier aux conditions commerciales d'Apple, s'ils veulent vendre des applications sur l'App Store, et de Google, s'ils veulent en vendre sur Google Play.

UNE OFFRE LÉGALE RÉELLE À RENFORCER

La part du numérique progresse en volume, mais insuffisamment pour compenser l'érosion des recettes des industries culturelles

Dans le domaine de l'édition de livres, l'enquête annuelle de branche du Syndicat national de l'édition (SNE) indique que l'édition numérique qu'elle soit sur support physique ou dématérialisé, pèse 2 % du

chiffre d'affaires des éditeurs en 2011. En France, à la différence des États-Unis ou du Royaume-Uni, il ne semble pas encore se produire un phénomène de substitution importante de ventes de livres imprimés par celles de livres numériques. Mais cette situation pourrait évoluer, à l'avenir, lorsque le marché du numérique atteindra une taille critique notamment sous l'effet de l'augmentation de l'offre et de la pénétration croissante des terminaux de lecture (*smartphones*, liseuses, tablettes), avec des conséquences sur le chiffre d'affaires des éditeurs.

S'agissant de la vidéo à la demande, le marché a progressé à un taux annuel moyen de 22 % sur la période 2007-2011 et pèse près de 220 millions d'euros en 2011. Cette année-là, plus de 70 % du marché en valeur a été généré par les transactions réalisées *via* le réseau Internet Protocol Television (IPTV).

En ce qui concerne la musique enregistrée, le poids des téléchargements dans le total des ventes a gagné plus de neuf points sur la période 2007-2011, passant de 3,3 % à 12,5 % du marché en valeur. En parallèle, d'autres sources numériques de revenus se développent, ce qui laisse entrevoir un possible retour de la croissance sur le marché de la musique à partir de l'année 2012. Il s'agit notamment des abonnements aux services d'écoute en *streaming* de type Deezer ou Spotify, ainsi que des recettes publicitaires générées à l'occasion d'écoutes gratuites, également en *streaming*. Alors que le chiffre d'affaires de l'ensemble de la presse imprimée accuse une diminution significative (- 2,1 %) entre 2009 et 2010, celui de la presse en ligne progresse fortement (+ 25 %) sur la même période. Pour autant, le volume du chiffre d'affaires des services de presse en ligne reste très largement inférieur à celui de l'ensemble de la presse imprimée. D'après les résultats de l'enquête 2010, les trois principales sources de revenus en ligne des éditeurs sont la publicité (47 %), les abonnements à leur seul site Internet (23 %) et les abonnements couplés papier-site Internet (6 %).

Or, pour répondre à la concurrence et faire vivre la diversité culturelle dans le numérique, il importe de renforcer l'offre numérisée légale

Ainsi, dans le domaine du livre, l'offre demeure insuffisante en volume et en pertinence, ce qui rend *a contrario* Amazon attractif pour le lecteur. Il existe des possibilités de progrès comme l'intensification de la numérisation par le Centre national du livre ou encore le projet sur les œuvres indisponibles du XX^e siècle, mais les formats propriétaires empêchent de fait la libre circulation des œuvres d'un appareil de lecture à un autre.

S'agissant de la vidéo à la demande, un des enjeux, pour pouvoir répondre à la concurrence d'acteurs

comme Netflix ou Amazon (qui produisent désormais leurs propres séries exclusives) et pour assurer une présence française (et européenne) sur les télévisions connectées, est l'indispensable évolution de la chronologie des médias, notamment pour rendre plus accessibles les nouveautés et pour développer le marché de la vidéo à la demande (VàD)-Abonnement. Cet enjeu s'ajoute à celui de la numérisation des films (qui reste de taille, car les coûts sont très importants), ainsi qu'à l'indispensable présence des services de VàD sur tous les supports et sur toutes les plateformes.

En ce qui concerne la musique, l'accès aux catalogues des *majors* et des distributeurs ou des maisons de disques indépendants s'avère extrêmement coûteux. Le coût d'accès peut aussi varier d'un acteur à l'autre, ce qui tend à générer de graves inégalités entre distributeurs, les rapports de force n'étant pas les mêmes entre les *majors* et Amazon ou Apple, que ceux se nouant avec des plateformes plus modestes. Bien qu'affichant des millions de morceaux, les catalogues numériques sont encore loin d'être exhaustifs et il est difficile de rivaliser avec des acteurs comme Apple (avec l'iTunes Store) ou Amazon, qui bénéficient d'une force de frappe financière très importante, d'une capacité de développement technique quasi illi-

mitée et, en ce qui concerne le marché français, d'une fiscalité avantageuse notamment en matière de TVA. À plus ou moins long terme, les « petits » acteurs risquent de disparaître.

Les modalités de l'offre numérique des éditeurs de presse ne sont pas encore stabilisées. La presse dans son ensemble éprouve jusqu'à présent beaucoup de difficultés à déployer en ligne un modèle économique pérenne qui lui permette de financer son développement numérique. Des éditeurs tentent un retour à des offres payantes intégrales ou partielles sur leurs sites Internet et développent, en parallèle, des applications pour tablettes qui augmentent leur diffusion numérique, mais cela, dans des proportions insuffisantes, malgré le succès, par exemple, du kiosque numérique « e-Press Premium ».

FAIRE FACE À LA CRISE DE LA DISTRIBUTION PHYSIQUE DES BIENS CULTURELS

La distribution physique de biens culturels est un enjeu essentiel pour permettre au public d'accéder aux œuvres, mais aussi pour l'aménagement du territoire



© Michel Gaillard/REA

« Les modalités de l'offre numérique des éditeurs de presse ne sont pas encore stabilisées. La presse dans son ensemble éprouve jusqu'à présent beaucoup de difficultés à déployer en ligne un modèle économique pérenne qui lui permette de financer son développement numérique. », kiosque numérique pour quotidiens et magazines accessible *via* un téléphone portable.

et la préservation des équilibres économiques de nombreux acteurs présents tout au long de la chaîne de valeur des industries culturelles. Or, étant particulièrement impactée par la dématérialisation des contenus, la distribution physique des biens culturels vit un profond bouleversement. Les dispositifs existants de soutien à la distribution physique ne sont pas réellement adaptés, surtout après le non renouvellement en 2010, par le ministère de l'Économie, du Fonds d'intervention pour les services, l'artisanat et le commerce (FISAC) consacré aux commerces culturels. Il est donc temps de lancer un véritable plan de redynamisation des commerces culturels, car il n'y a pas d'antinomie entre la distribution physique et la distribution dématérialisée. Les biens culturels ont besoin de la visibilité de la distribution physique, et les commerces doivent s'adapter, notamment en devenant pluridisciplinaires et en intégrant le numérique, comme l'impression à la demande pour les librairies.

IL FAUT CONFORTER LES RÉMUNÉRATIONS DE LA FILIÈRE DE LA CRÉATION

Cela commence par la nécessaire consolidation de l'exception de la copie privée

L'exception de copie privée permet à tout individu de copier des œuvres protégées sans l'autorisation préalable des ayants droit. Depuis 1985, une rémunération est prévue au bénéfice des auteurs, des artistes interprètes et des producteurs, en contrepartie de la faculté de copie privée reconnue au public dans le cadre du cercle de famille. Le bénéfice de la rémunération pour copie privée a depuis lors été étendu aux auteurs de l'écrit (livre, arts graphiques et arts plastiques, photographies) et aux éditeurs.

En France, cette rémunération est contestée par les industriels (ils ont démissionné de la commission copie privée en novembre 2012) et elle fait l'objet de menaces, notamment sur le plan communautaire.

Par ailleurs, la Cour de justice de l'Union européenne (CJUE), dans son arrêt *Opus* en date du 16 juin 2011, a rappelé l'obligation d'assortir l'exception d'une compensation, et a jugé qu'il incombe à l'État membre qui a institué un système de redevance pour copie privée de garantir que les auteurs recevront effectivement la compensation équitable destinée à les indemniser du préjudice subi du fait de la copie. Or, en France, 25 % des sommes collectées par les sociétés de perception et de répartition des droits (SPRD) au titre de la rémunération pour copie privée vont à des actions d'intérêt général au service de la création. On note qu'une affaire en cours devant la Cour de justice européenne (affaire opposant Amazon à AustroMacchana, qui collecte et répartit la rémunéra-

tion pour copie privée en Autriche) pose la question de savoir si l'affectation d'une partie des sommes issues de la copie privée (à savoir les 25 %, en France) est conforme à la directive 2001/29/CE. Si la Cour de justice européenne estime que cette affectation est incompatible avec la directive précitée, le système vertueux français des 25 % de la copie privée disparaîtra, et avec lui les 50 millions d'euros de financement pour la culture dans notre pays.

Enfin, les importateurs de matériels (rassemblés dans le collectif Digital Europe) tentent de faire adopter des systèmes alternatifs reposant sur des financements publics et empêchant les ayants droit d'intervenir dans la fixation de la rémunération. Une médiation entre bénéficiaires de la copie privée et importateurs de matériel, au niveau européen, présidée par Antonio Vitorino, a abouti à des recommandations remises à Michel Barnier, commissaire européen en charge du Marché intérieur. Elles consistent à proposer de favoriser la conclusion d'accords de licence sur mesure permettant aux créateurs d'être directement rémunérés et de mettre les différents systèmes de redevances nationaux au diapason des principes du marché intérieur. Les ayants droit regrettent la proposition faite de la suppression de la rémunération pour copie privée pour les exploitations en ligne.

Cela passe aussi par l'indispensable modernisation du droit d'auteur, à l'ère numérique

Tel est l'objet de la mission Lescure. Les travaux en cours au sein de la mission confiée à Pierre Lescure ont en effet pour objectif de permettre à la France d'apporter sa contribution à la politique du droit d'auteur dans un esprit de préservation de la rémunération des créateurs et des filières d'industries culturelles. Il s'agit d'inciter les différents acteurs à aller vers davantage de gestion collective.

LA NÉCESSITÉ D'UN PARTAGE DE LA VALEUR D'UN TYPE NOUVEAU

Un constat s'impose : le financement des industries culturelles est menacé par le numérique, avec un net transfert de valeur au bénéfice de l'aval de la chaîne, et au détriment de l'amont. Le numérique a profondément modifié l'économie des industries culturelles en agissant à la fois sur les conditions de production et de diffusion des œuvres, sur le développement de nouveaux usages, sur les modèles économiques et sur les rapports de force entre acteurs au sein des différentes chaînes de valeur. D'où la destruction de valeur engendrée par cette mutation numérique. Le rapport de force se déplace nettement en faveur de l'aval de la

chaîne de valeur, qu'il s'agisse des équipementiers, des fournisseurs d'accès à Internet, des éditeurs de services en ligne mondialisés, comme Google, ou encore des acteurs du e-commerce comme Amazon. Selon les estimations réalisées au sein du Conseil national du numérique (CNN), les quatre grands acteurs du Net (Google, Apple, Amazon et Facebook) ne versent actuellement que 4,5 millions d'euros par an au titre de la fiscalité française, un montant à rapprocher des 500 millions d'euros qu'ils devraient verser s'ils étaient soumis à l'impôt sur les sociétés. Les mécanismes traditionnels de financement de l'amont par l'aval ne suffisent plus, il est donc impératif d'explorer de nouvelles modalités de contribution des acteurs du numérique à la création.

Agir sur la fiscalité

En matière de fiscalité, les réflexions sont nombreuses et nous ne ferons donc ici que les énumérer. Il s'agit

notamment d'une éventuelle taxe ayant pour assiette le chiffre d'affaires des fournisseurs d'accès à Internet, sur le modèle de la TST-D (Taxe sur les Services de Télévision - Distributeurs) qui finance le cinéma et dont la notification d'une assiette appropriée est en cours à Bruxelles, ou encore d'une possible taxe relative à l'activité des fabricants ou vendeurs de terminaux connectés donnant accès aux œuvres (téléviseurs, tablettes, liseuses, *smartphones*, baladeurs, ordinateurs,...), de taxes ayant vocation à toucher des acteurs de l'Internet ayant des activités par nature mondiales et délocalisables, telles que la fourniture de services de recherche (moteurs de recherche). Sur ce dernier point, il y a eu plusieurs tentatives visant à taxer les recettes de publicité en ligne (le président de la commission des Finances du Sénat, notamment, a présenté le 19 juillet dernier une proposition de loi « pour une fiscalité numérique neutre et équitable ». Toutefois ce texte soulève un certain nombre de problèmes de fond tenant, notamment, à la difficulté de le rendre conforme au droit de l'Union européenne. Plus récemment encore, le rapport remis le 18 janvier



© M. Fourmy/ANDIA

« Les travaux en cours au sein de la mission confiée à Pierre Lescure ont pour objectif de permettre à la France d'apporter sa contribution à la politique du droit d'auteur dans un esprit de préservation de la rémunération des créateurs et des filières d'industries culturelles. Il s'agit d'inciter les différents acteurs à aller vers davantage de gestion collective. », lancement de la mission Lescure sur l'exception culturelle, Paris, septembre 2012.

dernier par Nicolas Colin et Pierre Collin au ministre de l'Économie et des Finances, au ministre du Redressement productif et à la ministre déléguée aux PME, à l'Innovation et à l'Économie numérique, entend explorer un certain nombre de propositions. La première vise à renégocier des conventions fiscales afin d'identifier un établissement stable et donc taxable lorsqu'une entreprise exerce une activité sur le territoire d'un État, et ce au moyen de données issues du suivi régulier et systématique des internautes sur ce même territoire (données personnelles). La seconde envisage la création, au plan national, d'une fiscalité liée à l'exploitation de telles données personnelles sur le territoire. Enfin, la troisième proposition souligne la nécessité de créer un environnement fiscal qui soit favorable à l'émergence d'entreprises nouvelles au travers notamment d'améliorations apportées à des dispositifs existants, tels le crédit d'impôt recherche et le statut de la jeune entreprise innovante.

En toute hypothèse, ces propositions de nature fiscale mettront du temps à être arbitrées sur le plan national et à être validées sur le plan communautaire. C'est la raison pour laquelle certains acteurs ont envisagé d'autres voies.

On notera que l'OCDE a publié, le 12 février dernier, un rapport résultant d'une étude réalisée à la demande du G20 sur l'évasion fiscale des multinationales. On constate que sur ses profits mondiaux réalisés hors des États-Unis, notamment en Europe, Google ne paye que 3,2 % d'impôts, alors que le taux d'imposition sur les sociétés, en Europe, varie de 26 à 34 %.

D'autres voies non exclusives d'une fiscalité numérique

Ainsi, les éditeurs de presse, après avoir proposé l'adoption d'un droit voisin, à leur profit, pour contraindre Google à rémunérer le référencement de leurs sites sous la forme de liens accompagnés de courts extraits, ont conclu, le 1^{er} février 2013, un protocole d'accord avec Google. En vertu de cet accord, par ailleurs confidentiel pour ses autres points, Google financera un fonds de 60 millions d'euros destiné à accompagner la mutation numérique des éditeurs de presse en leur permettant d'investir dans des modèles innovants.

LES ENJEUX EUROPÉENS

Le débat européen sur la protection des droits d'auteur

L'initiative relative aux licences en Europe, que Michel Barnier, commissaire européen au Marché

intérieur, conduit en 2013 avec Mesdames Kroes et Vassiliou, rejoint les préoccupations de la mission confiée à Pierre Lescure, et elle évite de s'engager précipitamment dans une révision de la directive de 2001 sur les droits d'auteur à l'ère numérique avant d'en avoir évalué toutes les composantes et tous les risques. Il s'agit en effet de mener pendant l'année 2013, avec les acteurs professionnels intéressés, un exercice d'expertise et de concertation sur l'octroi de licences, à droit constant. L'objectif de cet exercice « License en Europe » est de déterminer quelles sont les solutions que le marché peut dégager pour fluidifier l'octroi de licences afin de répondre aux enjeux numériques suivants : la portabilité des droits et des accès transfrontières, la création de plateformes de contenus générés par les utilisateurs à des fins non commerciales, l'action des institutions patrimoniales du cinéma, la possibilité d'explorer des textes (notamment à des fins de recherche scientifique).

En ce qui concerne la directive relative à la gestion collective des droits d'auteur, il convient de relever que certains sujets méritent que l'on exerce une vigilance certaine. C'est notamment le cas des obligations de fragmentation des droits imposés aux sociétés, tout particulièrement en matière audiovisuelle, ou bien encore celui du risque de désavantage concurrentiel imposé aux sociétés de gestion collective face à certains acteurs qui n'assument pas leurs missions culturelles et sociales.

L'épineuse question de la TVA

Il s'agit, là encore, de créer les conditions d'un marché concurrentiel équitable. Les démarches entreprises par la France depuis plusieurs années auprès des institutions de l'Union européenne visent ainsi à avoir la possibilité d'appliquer des taux de TVA réduits aux biens et aux services culturels (livre, presse, vidéo, musique), y compris à ceux prestés en ligne. Compte tenu de l'enjeu de développement et de compétitivité pour les industries culturelles européennes à l'échelle mondiale dans l'univers numérique, où le marché est en cours de développement et où les positions concurrentielles sont en cours de constitution, il est en effet urgent d'agir alors que la fiscalité actuelle donne un avantage compétitif notable aux principaux concurrents extra-européens, en particulier américains. Il est par ailleurs nécessaire de supprimer l'écart de taux actuel entre les biens physiques et les biens distribués en ligne afin de mettre un terme à cette situation économiquement contraire au principe de neutralité fiscale, tel qu'il a été consacré par une jurisprudence constante de la Cour de justice de l'Union européenne, qui s'oppose à ce que des biens et services semblables et répondant aux mêmes besoins des consommateurs soient traités de manière différente du

point de vue de la TVA – cet argument vaut pour le livre et la presse, plus difficilement pour la vidéo à la demande, et il est inopérant pour la musique en ligne, qui ne bénéficie pas du taux de TVA réduit, dans l'univers physique.

On note un début de prise de conscience des autorités européennes et des États membres depuis 2010. Le Livre vert sur l'avenir de la TVA que la Commission européenne a adopté le 1^{er} décembre 2010 pose la question de mettre au même niveau tous les biens culturels, qu'ils soient sur un support numérique ou pas. Dans sa communication du 6 décembre 2011 sur l'avenir de la TVA, la Commission estime que la révision de la structure actuelle des taux de TVA devrait répondre aux principes directeurs selon lesquels « *des biens et services similaires devraient être soumis au même taux de TVA et le progrès technologique devrait être pris en considération à cet égard de façon à ce que l'on puisse répondre au défi consistant à assurer la convergence entre les supports physiques et électroniques* ». Et la Commission souligne, dans sa communication du 11 janvier 2012 sur le commerce électronique, l'impact significatif du taux de TVA sur l'évolution de l'offre, tout en rappelant la nécessité de prendre en compte les progrès technologiques dans la convergence à réaliser entre l'environnement en ligne et l'environnement physique. Elle confirme cette position dans sa communication du 26 septembre 2012. La Commission a lancé, en octobre 2012, une consultation publique sur les taux de TVA. Elle aborde, à ce

titre, de manière explicite les questions du livre, de la presse et de la télévision et de la radio. De son côté, le Parlement européen s'est prononcé (par deux fois) en faveur de l'adoption d'un taux réduit de TVA similaire à celui s'appliquant aux mêmes œuvres diffusées sur un support physique.

Toutefois, ce combat légitime est difficile à mener. Ainsi, la Commission a adressé un avis motivé à la France, le 24 octobre 2012, sur la TVA au taux réduit que cette dernière applique au livre numérique. Certes, le principe du lieu de consommation s'appliquera en 2015, mais une partie des recettes sera toutefois conservée par le pays d'origine pendant une période allant jusqu'à 2019. Par ailleurs, attendre encore ne fait qu'aggraver les distorsions de concurrence.

L'ensemble de ces défis impliquent une mobilisation totale des pouvoirs publics. Ils nécessitent aussi de repenser la régulation et d'adapter les politiques publiques. Il s'agit là d'un enjeu pour la préservation et la promotion de la diversité culturelle. Cela concerne aussi bien le nécessaire accompagnement financier de cette mutation pour les entreprises concernées (dont beaucoup sont des petites et moyennes entreprises, qui doivent investir et tester des modèles économiques nouveaux) que l'adaptation indispensable du cadre juridique (que cela concerne le référencement des services, la protection des métadonnées ou la reconnaissance de la vertu de la médiation).

Il y a là matière à une construction nouvelle de la régulation, au niveau tant national qu'euro-péen.