

**FONDATION MARCEL HICTER
POUR LA DEMOCRATIE CULTURELLE ASBL**

**INDUSTRIES CULTURELLES, COOPÉRATION AU
DÉVELOPPEMENT ET FORMATION**

une analyse de Frédéric Jacquemin

**NOVEMBRE
2007**

INDUSTRIES CULTURELLES, COOPÉRATION AU DÉVELOPPEMENT ET FORMATION

Par Frédéric Jacquemin, Chargé de programmes, Fondation Hicter

L'évolution constante qui caractérise les «industries créatives» en fait un champ particulièrement complexe à appréhender. La définition des «industries créatives» varie selon les pays et les cultures et sa circonscription à des pratiques professionnelles déterminées reste un sujet de débats. Par ailleurs, on observe que plusieurs termes employés pour décrire ce domaine d'activité se bousculent dans la littérature : on parle d'industries «créatives», d'industries «culturelles» ou encore de la «production immatérielle».

Avant tout, une définition des industries culturelles s'impose. Selon l'Unesco, l'Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture, il s'agit «d'un secteur qui s'accorde à conjuguer la création, la production et la commercialisation des biens et des services dont la particularité réside dans l'intangibilité de leurs contenus à caractère culturel, généralement protégés par les droits d'auteur». Sous le terme «industries culturelles», on retrouve la production cinématographique, l'audiovisuel, l'industrie de l'édition imprimée ou encore le multimédia (secteur en plein essor et qui bat tous les records de production même dans les pays non industrialisés). Cependant, un certain désaccord existe quant à la définition de ce secteur, malgré l'effort qui est fait en ce sens. Ainsi certains pays mettront aussi sous le concept «industries culturelles» l'architecture, les arts du spectacle ou encore les arts plastiques ou le tourisme culturel.

Toujours selon l'Unesco, la particularité des «industries culturelles» (IC) réside dans le fait qu'aux œuvres de l'esprit une plus-value de caractère économique y soit rajoutée. Les «produits culturels» contribuent à la fois à la sauvegarde et à l'avancement de la diversité culturelle, à la démocratisation de l'accès à la culture. Leurs productions sont une source non négligeable de création d'emplois et de richesses.

Le terme «produits culturels» évoque deux concepts : les biens culturels ou biens de consommation et les services culturels. Les «biens de consommation» véhiculent des idées, c'est-à-dire des modes de vie, des valeurs qui ont une fonction à la fois d'information et de distraction mais qui par la même occasion construisent et diffusent l'identité collective d'un peuple ou d'une communauté. Les droits

d'auteur permettent la protection de la créativité individuelle et collective de ces biens culturels qui sont de plus en plus menacés par les différentes voies de diffusion de masse qui existent aujourd'hui.

Sous l'appellation «services culturels», ce sont les activités immatérielles qui répondent à une demande de la part des consommateurs et se traduisent par des mesures d'appui public (institutions publiques) ou privé (fondations, entreprises privées) comme la promotion de spectacles, de films, etc. S'il existe un accord général sur le commerce des services, il n'y a pas de système de classification ou de définition de ce concept, d'où la difficulté de pouvoir chiffrer le domaine des services culturels avec exactitude. Cette difficulté est d'autant plus flagrante dans les pays non industrialisés où il n'y a pas ou très peu de contrôle en la matière.

Depuis une vingtaine d'années, on assiste à une amplification considérable du champ couvert par les IC. Le développement spectaculaire des nouvelles technologies de l'information et de la communication a bouleversé le secteur, générant de nouveaux produits et de nouveaux métiers dans les domaines du web, du divertissement vidéo (ludique et éducatif) et de la réalité virtuelle. Le commerce sur Internet et les échanges rapides des fichiers électroniques (textes, sons, images et 3D) ont créé de profondes modifications des habitudes de consommation culturelle. Leurs impacts dépassent largement le cadre culturel. En effet, elles favorisent la créativité, qui est leur « matière première » fondamentale, mais elles permettent également d'innover en termes de production et de distribution. Dans nombre de pays, au cours de la décennie 90, leur croissance a été exponentielle en termes de création d'emplois et de contri-

bution au PIB. Sur le plan économique, ce secteur a atteint en 2003 un chiffre d'affaires de 653 milliards d'euros pour le seul marché européen. Il contribue à 2,6% du PNB communautaire et détient depuis les 5 années consécutives le taux de croissance le plus élevé face aux autres industries. Le secteur emploie 3,1% de la population active des 27 pays européens.

Par ailleurs, la forte attractivité des métiers créatifs en fait un domaine de prédilection pour les jeunes à la recherche d'un premier emploi. Cet engouement se manifeste dès à présent par l'apparition de nouvelles filières dans les systèmes éducatifs et se traduira à terme par une recomposition des catégories socioprofessionnelles.

Les IC prennent une place de plus en plus grande à plusieurs étages des sociétés contemporaines et sont riches d'enjeux pour leur futur. À ce titre, elles font l'objet d'interventions des pouvoirs publics. Celles-ci ne doivent cependant pas s'envisager de la même manière que pour d'autres acteurs du champ culturel et artistique. Les entrepreneurs culturels, par nature, possèdent une capacité d'autonomie financière et de durabilité plus significative que d'autres acteurs culturels (qui restent structurellement dépendants des financements publics).

On l'a vu, dans les pays du Nord, les retombées positives des IC se manifestent non seulement sur le plan économique mais également dans les composantes sociales, éducatives et culturelles. Depuis plusieurs années, des conventions et déclarations de l'Unesco¹ reconnaissent que les entrepreneurs culturels peuvent également exercer un effet bénéfique pour les pays du Sud. Les documents officiels mettent en valeur les points suivants :

- les industries créatives sont plus prometteuses en termes de croissance et de création d'emplois que les autres secteurs ;
- elles sont, en outre, des véhicules d'identité culturelle et peuvent stimuler la diversité culturelle ;
- la vitalité du secteur créatif, particulièrement au niveau des villes, est un critère d'attractivité de plus en plus important pour les investisseurs.

Toutefois, la mondialisation exerce une forte pression sur les industries créatives des pays en voie de développement (PVD). Leurs potentiels restent encore sous-exploités et la diversité de leur production culturelle, menacée. De plus, l'apparition d'un nouvel oligopole mondial du marché culturel accélère les effets pervers de la dégradation des termes de l'échange qui pèse depuis de nombreuses années sur les économies du Sud.

Pour rééquilibrer cette situation, les instances internationales (l'Unesco mais également le Gatt²) se sont attelées à la rédaction de réglementations mondiales sur les échanges

commerciaux de biens et services à contenu créatif. Celles-ci doivent permettre aux PVD à la fois d'accéder au marché culturel mondial (libre-échange) et de protéger leurs marchés domestiques d'importations agressives (exception culturelle). À la lecture des chiffres officiels cependant, les résultats de ces (dé-)régulations et de ces actions normatives restent aujourd'hui largement en défaveur des PVD³. Les mesures protectionnistes, longuement débattues durant les négociations du Gatt sur «l'exception culturelle», ne constituent pas à elles seules du moins, la panacée contre les dangers d'homogénéisation culturelle.

Bien qu'on manque de chiffres réellement fiables, à l'heure actuelle, on ne peut s'empêcher de penser que les flux monétaires colossaux qui sont en jeu, de même que l'impact (voulu ou induit), de cette gigantesque machine à produire des biens culturels soient bel et bien déterminés par le monde occidental. Un constat évident : les modèles occidentaux exercent une force centrifuge considérable. Or aujourd'hui, on observe que les priorités de ce secteur se situent également, voire principalement, à l'échelle locale. Il s'agit à présent de favoriser des approches plus en phase avec les réalités de terrain et de mettre en œuvre des programmes d'appuis concrets à l'endroit de structures et d'opérateurs évoluant dans des contextes spécifiques.

La formation, à ce titre, a un rôle significatif à jouer. En effet, les IC dépendent, plus que toute autre activité économique, des ressources humaines qu'elles mobilisent, de leur créativité mais aussi de leur potentiel entrepreneurial. Des programmes de formations adaptées aux spécificités locales peuvent dès lors contribuer de manière significative au développement des I.C. dans les PVD, où les périodes de troubles politiques importants ne doivent pas mettre dans l'ombre le potentiel de redéploiement économique et le regain démocratique et culturel dont certains pays témoignent. Dans cet esprit, la Fondation Hicter se propose de mettre en œuvre, en continuité des formations précédentes soutenues par le Commissariat Général aux Relations Internationales (CGRI) et l'Organisation Internationale de la Francophonie (OIF), un programme de formation d'entrepreneurs dans le domaine des industries créatives en République Démocratique du Congo (RDC).

Au cours de cette première étape, la formation vise les protagonistes des IC à Kinshasa. Elle souhaite toutefois déployer son action dans d'autres villes de RDC afin de s'inscrire dans une logique de décentralisation, élément essentiel d'un renouveau des politiques culturelles dans ce pays. Par ailleurs, ce programme veut créer une complémentarité avec d'autres initiatives d'appui aux acteurs des champs artistiques et culturels en RDC (Yambi) et contribuer à l'intégration des IC dans une politique globale de coopération de la Communauté Wallonie-Bruxelles en RDC.

Dans sa conception, ce programme tient compte des expériences de formations précédentes ainsi que des spécificités des IC, à savoir :

- le caractère très contextuel des industries créatives et leurs implications dans les économies (notamment informelles) des villes des PVD ;
- la nécessité, pour les soutenir efficacement, d'établir des «cartographies» humaines et économiques de leurs acteurs, de leurs circuits de production endogènes, des filières les plus prometteuses et de leurs besoins ;
- la portée limitée (voir l'absence) des politiques culturelles en ce qui concerne les IC réduit leur impact ;
- enfin, la grande inventivité et le pragmatisme des entrepreneurs culturels ne pallient pas le manque d'outils conceptuels et pratiques leur permettant de mieux concevoir et gérer leurs projets économiques et créatifs.

NOTES

1- Notamment la Convention Internationale sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles (2005) et la Déclaration universelle de l'UNESCO sur la diversité culturelle (2001).

2- General Agreement on Tariff and Trade.

3- Trois pays (Royaume-Uni, Etats-Unis et Chine) représentaient 40 % du commerce mondial des biens culturels en 2002, alors que l'Amérique latine et l'Afrique réunies ne comptaient que pour moins de 4 % selon l'Institut de statistique de l'Unesco. Au niveau de la production cinématographique, alors qu'il éprouve des difficultés croissantes pour exporter son cinéma, le continent africain apparaît comme étant proportionnellement le plus grand importateur de films américains.