

Industries de la culture et développement

Phénomène social aux caractéristiques très diverses et aux multiples ramifications, les industries culturelles doivent être étudiées à travers les divers sous-secteurs qui les composent. Au fil du temps, une prise de conscience de plus en plus forte des enjeux liés aux « industries culturelles » a abouti à l'idée que culture et développement sont intimement liés. Cet article brosse le contexte de l'émergence des industries culturelles dans les ACP et avance les conditions de leur épanouissement et de leur contribution au développement.

Géraldine Pagniet

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, le tourisme culturel.

Toujours selon l'UNESCO, la particularité des « industries culturelles » réside dans le fait qu'aux œuvres de l'esprit une plus-value de caractère économique y soit rajouté. Les « produits culturels » contribuent, à la fois, à la sauvegarde et 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.



©Betty Press/Panos Pictures

Commerce international et concentration des media

Le rapport de l'UNESCO « International Flows of Selected Cultural Goods 1980-98 » publié en 2000 met en évidence deux faits. Premièrement, entre 1980 et 1998, les échanges concernant le commerce international des biens culturels ont été multipliés par cinq. Deuxièmement, la plupart des échanges qui se font dans le monde, se font entre un nombre réduit de pays.

Cependant si en 1990, 55,4 % des exportations de biens culturels se faisaient entre le Japon, les Etats-Unis, l'Allemagne et la Grande-Bretagne et 47 % des importations entre les Etats-Unis, l'Allemagne, la Grande-Bretagne et la France, les années 90 ont vu apparaître de nouveaux acteurs comme la Chine. En 1998, ce pays devenait le troisième exportateur mondial. Si on manque de chiffres réellement fiables, l'UNESCO affirme qu'en tenant compte de la croissance exponentielle, durant les années 90, de la circulation des produits audiovisuels, des multimédias ou encore des logiciels, le volume du commerce international des biens culturels s'est accru durant cette période.

Ainsi dans la vente des enregistrements sonores, en 1998, on déclarait 38 671 millions de dollars tandis qu'en 1990 le chiffre avancé était de 27 000 millions de dollars. Dans le secteur des produits culturels, les Etats-Unis enregistraient, en 1996, 60 200 millions de dollars, bien plus que les secteurs traditionnels de l'agriculture, de l'automobile ou encore de l'aérospatial. Allant dans le même sens le rapport de « International Intellectual Property Alliance », une association américaine, affirmait, en 1998, que le taux de croissance des industries dites culturelles se basant sur le droit d'auteur avait enregistré un taux de croissance trois fois plus rapide que le taux de l'économie nationale.

En outre, des changements importants dans la configuration du marché des « industries culturelles » sont à enregistrer dans la décennie 90. Ces changements vont de pair avec l'explosion des nouvelles technologies et la mise en place de normes de régulation aussi bien aux niveaux internationaux que régionaux et nationaux. La circulation des biens et des services



Le secteur des industries culturelles est en pleine expansion.
Foire du livre pour enfants, Nairobi, Kenya

Le contrôle des ressources culturelles favorise un développement endogène propre.
Maison d'un artiste nigérian pleine d'œuvres d'art, Lagos, Nigeria



©Bety Press/Fanos Pictures

liés à la culture s'en est trouvée bouleversée. En même temps que l'on assiste à une internationalisation, un processus de concentration donnait naissance à de grands groupes mon-

diaux de production et de diffusion suscitant des inquiétudes.

Les exemples qui confirment ces craintes ne manquent pas. Ainsi 118 000 milliards de dollars, en volume de chiffres d'affaires, générés en 1993 par les 50 plus grandes compagnies audiovisuelles, équivalent au volume produit en 1997 par les 7 premiers groupes de médias. Toujours selon des sources UNESCO, en 1993, 36 % des compagnies étaient basées aux Etats-Unis, 33 % dans l'UE et 26 % au Japon. En 1997, la moitié des compagnies se localisaient aux Etats-Unis. Ainsi, tout en n'étant pas le premier producteur de film au monde, l'Inde s'assurant la première place en la matière, l'industrie du cinéma américain domine le marché mondial. Un constat évident, le pays de l'oncle Sam exerce une force centrifuge.

Bien qu'on ne dispose pas de chiffres fiables, toutes les études qui ont été faites dans le domaine des « industries culturelles » tendent à prouver une chose : ce secteur est en pleine expansion et représente une masse considérable quant aux mouvements de capitaux et des investissements financiers qu'il génère. Le contrôle des ressources culturelles favorise un développement endogène propre. Il faut donc assurer une fabrication et une diffusion des produits culturels qui soient éthiques, qui respectent les différentes valeurs morales et cultures existantes afin que survive la diversité source de réel progrès pour l'humanité.

Industries culturelles et pays ACP

A l'inverse des industries que je nommerais traditionnelles telles que la sidérurgie ou l'aéronautique, les « industries culturelles » sont très facilement accessibles aux pays non-industrialisés. Ces derniers peuvent rapidement capter une partie de la masse financière que ces industries génèrent par la richesse, la diversité culturelle qui prévaut encore dans les sociétés dites non-industrialisées. Les pays ACP peuvent donc contribuer de manière appréciable à l'expansion de ce secteur dans leurs pays respectifs. Ils peuvent jouer un rôle au niveau mondial quant à l'expansion des « industries culturelles » tout en contribuant au développement durable de leurs pays. Les domaines de l'industrie culturelle sont beaucoup plus accessibles aussi car ils requiè-

rent, plus que de l'investissement, la capacité de fédérer des ressources culturelles, ce qui est largement à la portée des pays non-industrialisés. Toute communauté produit des activités dites artisanales et artistiques exploitables tant au niveau national qu'international. Dans tout les pays de la zone ACP, il existe des ballets nationaux, des troupes de théâtre, des artistes, groupes de musiques traditionnelles ou modernes qui, bien que faisant appel à une industrie le plus souvent rudimentaire, sont générateurs de ressources et d'emplois.

Bien que l'on manque de chiffres dans ce domaine, des progrès ont été réalisés quant à l'organisation et la diffusion des « industries culturelles ». Ainsi, en 1993 s'est tenue la première édition du MASA (Marché des Arts du Spectacle Africain). Si 1998 a vu naître le FIMA (Festival international de la mode africaine), en 1996 c'était au tour du FESPAM (Festival pan-africain de musique) de voir le jour. Sur le plan de la coopération culturelle UE-ACP, le FED, Fonds européen de développement, a ainsi permis de financer un total de 114 projets depuis 1986, avec une moyenne de 740 000 euros par projet. Les projets financés touchent des secteurs comme celui du cinéma (diffusion de films, publicité) ou celui du patrimoine (restauration de monuments etc.).

Ces exemples prouvent que les choses bougent et les conséquences en aval sur le développement des « industries culturelles » en Afrique sont une réalité de plus en plus tangible. De plus, bien qu'insatisfaisantes, des mesures ont été mises en place au niveau mondial pour protéger les pays les plus faibles des inconvénients du libre-échange dans le domaine des « industries culturelles ». Au nombre de celles-ci on trouve l'accord sur les ADPIC (Aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce). Cet accord oblige les membres de l'OMC, l'Organisation mondiale du commerce, à garantir une durée minimale de protection aux brevets, marques déposées, droits d'auteurs etc.

Les lacunes demeurent pourtant énormes. Il est indispensable, pour les pays ACP, de mettre en place des stratégies nationales, régionales et sous-régionales de développement des « industries culturelles » assurant la fabrication et diffusion des produits culturels tout en protégeant ces dernières et les valeurs culturelles qu'elles véhiculent. Car la promotion de la créativité permettra de maximiser les compétences et ressources humaines existantes dans ces régions en engendrant compréhension et paix, deux conditions indispensables au développement. ■