

- Avant-propos
- Remerciements
- Aperçu
- Enseignements tirés et options pour l'élaboration des politiques publiques



---

## Summary

# Creative Economy Report 2008

The challenge of assessing the creative economy:  
towards informed policy-making

- Full report on CD enclosed

---

## Résumé

# Rapport sur l'économie créative 2008

Le défi d'évaluer l'économie créative:  
vers une politique éclairée

- Rapport complet sur le CD adjoint

---

## Resumen

# Informe sobre la economía creativa 2008

El desafío de evaluar la economía creativa:  
hacia la formulación de políticas públicas informadas

- Informe completo en el CD adjunto
-

Copyright © Nations Unies 2008  
Tous droits réservés

UNCTAD/DITC/2008/2  
ISBN 978-0-9816619-1-9

Le présent ouvrage peut être cité ou reproduit, à condition qu'il soit fait mention de la source. Un exemplaire de l'ouvrage où est reproduit l'extrait cité devrait être communiqué aux adresses suivantes: Secrétariat de la CNUCED, Palais des Nations, CH-1211 Genève 10 (Suisse), et l'Unité spéciale pour de la coopération Sud-Sud, PNUD, 1 UN Plaza New York, NY 10017 (É.-U.).

Le présent rapport est le résultat d'un effort concerté d'une équipe dirigée par la CNUCED et l'Unité spéciale pour la coopération Sud-Sud du PNUD comprenant des spécialistes travaillant dans les institutions coopérantes de l'ONU – CNUCED, PNUD, UNESCO, OMPI et CCI – ainsi que des consultants internationaux.

Les appellations employées dans le présent ouvrage et la présentation des données qui y figurent n'impliquent de la part du Secrétariat de l'ONU aucune prise de position quant au statut juridique des pays, territoires, villes ou zones, ni quant au tracé de leurs frontières ou limites.

Ce rapport est disponible sur l'Internet aux adresses suivantes: <http://www.unctad.org/creative-economy> et [http://ssc.undp.org/creative\\_economy](http://ssc.undp.org/creative_economy)

---

Copyright @ Naciones Unidas 2008  
Todos los derechos reservados

UNCTAD/DITC/2008/2  
ISBN 978-0-9816619-1-9

El material presentado en esta publicación puede ser citado o reproducido siempre que se reconozca y se haga referencia a su fuente. Se solicita que una copia de la publicación citando o reproduciendo este material sea enviada a la secretaria de UNCTAD: Palais des Nations, CH-1211 Ginebra 10, Suiza, y a la Unidad Especial para la Cooperación Sur-Sur del PNUD: 1 UN Plaza, New York, NY 10017, USA.

Este Informe es el fruto de un esfuerzo conjunto liderado por la UNCTAD y la Unidad Especial para la Cooperación Sur-Sur del PNUD, por parte de un equipo de expertos de varios organismos de las Naciones Unidas que colaboraron para su producción – la UNCTAD, el PNUD, la UNESCO, la OMPI y el CCI- y también de consultores internacionales.

Los señalamientos y la presentación del material de esta publicación no implican la expresión de opinión alguna respecto al estatus legal de ningún país, territorio, ciudad o área, ni respecto a la delimitación de sus fronteras o límites.

Este Informe está disponibles en Internet en las siguientes direcciones: <http://www.unctad.org/creative-economy> y [http://ssc.undp.org/creative\\_economy](http://ssc.undp.org/creative_economy)

## Avant-propos

L'économie mondiale a de toute évidence connu une expansion extraordinaire au cours des cinq dernières années. Jamais auparavant cette expansion n'avait eu une base aussi large, ce qui a permis à de nombreux pays en développement d'en profiter. Même quelques-uns des pays les moins avancés ont enregistré des taux de croissance du PNB supérieurs à 5% par an en moyenne, ce qui représente un progrès sensible par rapport aux années 90. Cette période de croissance économique n'a néanmoins pas suffi à garantir le bien-être et des niveaux de vie décents à la vaste majorité des populations du monde en développement. En dépit des efforts entrepris pour diversifier leur économie, 86 des 144 pays en développement demeurent tributaires des produits de base pour plus de la moitié de leurs recettes d'exportation. Les stratégies de développement actuelles n'ont pas encore réussi à produire les niveaux de développement socioéconomique attendus dans ces pays. La difficulté consiste à trouver des formes de développement réalisables et qui tiennent compte des réalités spécifiques de ces pays, et en particulier de leur manque de main-d'œuvre qualifiée et d'infrastructures de base, ainsi que du très faible volume des investissements étrangers directs. Comment promouvoir un développement qui soit à la fois viable et évite toute exclusion?

Les modèles économiques ne fonctionnant pas isolément, le moment est venu d'aller

au-delà de l'économie et de rechercher une approche plus globale du développement qui tienne compte de la diversité des identités culturelles, des aspirations économiques, des disparités sociales et des handicaps technologiques. Les stratégies de développement doivent aussi être actualisées afin d'être adaptées aux profondes transformations culturelles et technologiques que connaît actuellement la société. Le monde a besoin de s'adapter à ce nouvel environnement en plaçant les questions liées à la culture et à la technologie au cœur de la logique du développement économique. Pour atteindre les objectifs du Millénaire pour le développement, il faut s'attaquer à des aspects multisectoriels du développement en adoptant des politiques multidisciplinaires concertées et en renforçant la cohérence des politiques suivies aux niveaux national et international.

La mondialisation et la connectivité sont des réalités nouvelles qui ont amené de profonds changements dans les modes de vie à travers le monde, transformant la production culturelle, la consommation et les échanges dans un monde de plus en plus rempli d'images, de sons, de textes et de symboles. Il est évident qu'il nous faut mieux comprendre la complexité des interactions entre les aspects économiques, culturels, technologiques et sociaux qui déterminent la dynamique de l'économie mondiale et la manière dont vivent les gens au XXI<sup>e</sup> siècle.

Dans ce monde en voie de transformation, la créativité et le savoir sont rapidement en passe de devenir de puissants facteurs de développement.

Dans ce contexte, la convergence entre créativité, culture, économie et technologie, qui se traduit par la capacité de créer et de faire circuler un capital intellectuel, est potentiellement un moyen de générer des revenus, des emplois et des recettes d'exportation tout en favorisant l'inclusion sociale, la diversité culturelle et le développement humain. C'est ce que l'économie créative a déjà commencé à faire en tant qu'élément déterminant de la croissance économique, de l'emploi, du commerce, de l'innovation et de la cohésion sociale dans la plupart des pays développés. L'économie créative semble aussi constituer une option possible pour les pays en développement. À condition que les pouvoirs publics aient mis en place des politiques efficaces, l'économie créative établit des liens intersectoriels avec l'ensemble de la macro-économie et de la micro-économie. Elle favorise ainsi une dimension du développement qui offre aux pays en développement de nouvelles possibilités de brûler les étapes pour accéder à des secteurs en forte expansion dans l'économie mondiale.

La présente étude est la première qui présente un regard de vue des Nations Unies sur ce nouveau sujet passionnant. L'économie créative est une notion en évolution qui s'articule autour de la dynamique des industries créatives. Il n'existe pas de définition unique de l'économie créative ni de consensus quant à la gamme d'activités économiques fondées sur le savoir sur lesquelles reposent les industries créatives. Il ne s'agit pas de recette universelle,

mais plutôt de choix souples et stratégiques qui s'offrent aux pouvoirs publics des différents pays afin d'optimiser les avantages que représente l'économie créative de chacun d'eux pour le développement.

Les industries créatives sont au cœur de l'économie créative. Selon une définition assez générale, les industries créatives se situent à la croisée des chemins entre les arts, la culture, les affaires et la technologie. Autrement dit, elles englobent le cycle de création, de production et de distribution de biens et de services dans lequel le facteur de base est l'utilisation du capital intellectuel. Aujourd'hui, les industries créatives font simultanément appel aux sous-secteurs traditionnels, à ceux à forte composante technologique et à ceux axés sur la fourniture de services, depuis les arts folkloriques, les festivals, la musique, les livres, la peinture et les arts du spectacle jusqu'à des sous-secteurs à plus forte composante technologique comme l'industrie du cinéma, la radio, l'animation numérique et les jeux vidéo, ou encore des domaines axés sur la fourniture de services d'architecture et de publicité. Toutes ces activités ont une forte composante de compétences créatives et peuvent produire des revenus sous forme d'échanges commerciaux et de droits de propriété intellectuelle.

Le présent Rapport met en évidence de manière empirique que les industries créatives se situent parmi les secteurs émergents les plus

**L'économie créative a le potentiel de créer des revenus et des emplois tout en favorisant l'inclusion sociale, la diversité culturelle et le développement humain**

dynamiques du commerce mondial. Entre 2000 et 2005, les échanges de biens et de services créatifs ont progressé au rythme jusque-là inégalé de 8,7% par an en moyenne. Les exportations mondiales de produits créatifs se sont chiffrées à 424,4 milliards de dollars en 2005, contre 227,5 milliards de dollars en 1996, selon les chiffres préliminaires de la CNUCED. Les services créatifs en particulier ont entraîné une progression rapide des exportations, soit 8,8% par an entre 1996 et 2005. Cette évolution positive s'est produite dans toutes les régions et dans tous les groupes de pays et devrait se maintenir jusqu'à la prochaine décennie, à condition que la demande mondiale de biens et de services créatifs continue à augmenter.

**Le présent Rapport met en évidence de manière empirique que les industries créatives se situent parmi les secteurs émergents les plus dynamiques du commerce mondial**

Il est évident que les pays développés continuent à dominer le marché mondial de produits créatifs. Néanmoins, de nombreux produits en provenance des pays en développement bénéficient déjà de la forte expansion des industries créatives, en particulier en Asie. Malheureusement, la grande majorité des pays en développement ne sont pas encore en mesure de mettre leurs capacités créatives au service du développement. En Afrique, par exemple, malgré l'abondance des talents, le potentiel créatif reste fortement sous-utilisé. En dépit de progrès réels, la part de ce continent dans le commerce

mondial des produits créatifs reste marginale et s'élève à moins de 1% des exportations mondiales. Comme c'est le cas dans d'autres régions en développement, ce phénomène reflète à la fois les insuffisances de la politique intérieure des pays concernés et les distorsions du système mondial.

L'analyse politique figurant dans le présent Rapport est une contribution initiale à une meilleure compréhension des aspects essentiels de l'économie créative et de sa dimension développement. Ce Rapport relève le défi de l'évaluation de l'économie créative en vue de l'adoption de politiques éclairées dans un cadre conceptuel, institutionnels et directif favorable à ce type d'économie. Compte tenu du caractère multiforme de l'économie créative, les choix stratégiques en matière de mesures interministérielles concertées sont d'une importance capitale. Les fortes incidences des processus multiformes sur l'élaboration des politiques liées à l'économie créative méritent aussi d'être examinées.

**La grande majorité des pays en développement ne sont toutefois pas encore en mesure de mettre leurs capacités créatives au service du développement**

Ce rapport est un exemple de coopération au sein du système des Nations Unies qui a fait appel à la participation de cinq organisations internationales: la CNUCED, le PNUD par le biais de son Unité spéciale pour la coopération Sud-Sud, l'UNESCO, l'OMPI et le CCI. Il s'agit d'une entreprise conjointe

qui tire parti des complémentarités afin d'accroître l'efficacité de la coopération internationale et la cohérence des orientations dans ce domaine novateur. L'économie créative ouvre

de nouvelles possibilités à la fois pour les pays développés et pour les pays en développement, mais les difficultés à venir ne devraient pas être sous-estimées.



**Supachai Panitchpakdi**  
Le Secrétaire général de la  
Conférence des Nations Unies  
sur le commerce et le développement



**Kemal Dervis**  
L'Administrateur du  
Programme des  
Nations Unies pour  
le développement

## Remerciements

*Le Rapport sur l'économie créative 2008* est l'aboutissement d'une initiative mise en oeuvre par le partenariat constitué par la CNUCED et l'Unité spéciale pour la coopération Sud-Sud du PNUD. Cette étude est le principal produit du projet "Renforcement de l'économie créative dans les pays en développement", coordonné conjointement par Edna dos Santos-Duisenberg, Chef du Programme sur l'économie et l'industrie créatives de la CNUCED, et Francisco Simplicio, Chef de la Division de la gestion du savoir et de l'appui opérationnel l'Unité spéciale pour la coopération Sud-Sud du PNUD.

Les coordonateurs expriment leur sincère reconnaissance à Yiping Zhou, Directeur de l'Unité spéciale pour la coopération Sud-Sud du PNUD, pour son profond appui à cette initiative. Sans sa clairvoyance et son engagement, ce travail n'aurait pu aboutir.

Le rapport a été élaboré sous la direction de la CNUCED; c'est un exemple pilote de coopération interinstitutions, en écho aux activités du Groupe informel de dialogue interinstitutions sur les industries créatives qui vise à tirer parti des complémentarités et à améliorer la cohérence des politiques relatives aux industries créatives et à l'économie créative. C'est le tout premier rapport qui présente les perspectives du système des Nations Unies dans son ensemble sur ce thème novateur et réunit les contributions des cinq organismes qui y ont participé: la Conférence des Nations

Unies sur le commerce et le développement (CNUCED), l'Unité spéciale pour la coopération Sud-Sud du Programme des Nations Unies pour le développement (PNUD), l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO), l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI) et le Centre du commerce international (CCI).

Les recherches et l'analyse visant à la formulation des politiques publiques ont été conduites sous la direction générale d'Edna dos Santos-Duisenberg. Le rapport a grandement bénéficié des apports inestimables du Dr. David Throsby de l'Université Macquarie de Sidney (Australie), et du Dr. Andrew Pratt de la *London School of Economics*: l'équipe tient à leur exprimer sa reconnaissance. Le Groupe informel interinstitutions remercie et salue la contribution de l'équipe suivante de consultants internationaux pour leur apport aux divers chapitres de l'ouvrage: Avril Joffe, Pernille Askerud, Ana Carla Fonseca Reis, David Diaz-Benavides et Sylvia Amaya Londoño.

Le partenariat exprime sa profonde gratitude à tous les collègues des organisations concernées qui ont participé avec dévouement à cet effort commun, en particulier les membres du Groupe informel de dialogue interinstitutions sur les industries créatives des Nations Unies. Nos remerciements vont à: Georges Poussin, Richard Engelhardt, Simon Ellis, Lydia Deloumeaux et Guiomar Alonso



Cano de l'UNESCO; Dimiter Gantchev, Wend Wendland, Brigitte Vezina et Richard Owens de l'OMPI; Francisco Simplicio de l'Unité spéciale pour la coopération Sud-Sud, et Iris Hauswirth, Jean-Michel Pasteels et Kefalla Conte du CCI.

À la CNUCED, nous remercions tout spécialement le Chef du Groupe central des statistiques, Henri Laurencin ainsi que son équipe, composée de David Critsallo, Sanja Blazevic, Yoann Chaine, Mirco Moretti, Flavine Creppy et Sonia Blachier. Les apports analytiques ont également été fournis par Matfobhi Riba et Dimo Calowski. Diana Barrowclough, Yuefin Li et Susan Teltscher ont émis des observations. L'assistance à la recherche a été fournie par Carolina Quintana, ainsi que par Cheng Shang Li et Simon Alder, qui se sont consacrés avec un profond dévouement à cette tâche lors de leur stage à la CNUCED.

Le partenariat tient aussi à exprimer sa

sincère reconnaissance à tous les praticiens qui ont aimablement accepté notre invitation à contribuer des articles signés sur des cas concrets ou sur leur expérience professionnelle dans le cadre de l'économie créative. Ces articles, qui se trouvent dans des encadrés tout au long du rapport, ont apporté un point de vue pragmatique à l'analyse directive du rapport et une justification de certaines prises de position empiriques figurant dans l'ouvrage.

Le texte a été édité par Barbara Brewka; Jennifer Bergamini s'est chargée de la conception de la couverture et de la mise en page de l'ouvrage.

L'appui administratif et de secrétariat a été assuré par Clisse Medeiros Ramos Perret de la CNUCED, et par Lourdes Hermosura-Chang et Ines Tofalo de l'Unité spéciale pour la coopération Sud-Sud du PNUD.

*Le Rapport sur l'économie créative 2008* a été financé par l'Unité spéciale pour la coopération Sud-Sud.

## Aperçu

*Le Rapport de 2008 sur l'économie créative* est la première étude qui présente le point de vue de l'Organisation des Nations Unies sur cette question émergente. Il s'agit d'une initiative du partenariat constitué par la CNUCED et l'Unité spéciale pour la coopération Sud-Sud du PNUD. Ce rapport est en outre un exemple du travail novateur effectué par le Groupe informel de dialogue interinstitutions sur les industries créatives.<sup>1</sup> Il réunit les contributions de cinq organismes concernés des Nations Unies: la CNUCED, le PNUD, l'UNESCO, l'OMPI et le CCI. Cet effort collectif contribue non seulement à renforcer les synergies et à définir les complémentarités, mais offre aussi un moyen efficace d'améliorer la cohérence des politiques et d'accroître l'impact de l'action internationale sur l'économie créative et les industries créatives.

## Créativité, culture et développement économique

Dans le monde d'aujourd'hui, un nouveau modèle de développement se dessine, dans lequel l'économie et la culture sont liées et englobent des aspects économiques, culturels, technologiques et sociaux du développement à grande ou petite échelle. Au centre de ce nouveau modèle est le fait que la créativité, le savoir et l'accès à l'information sont de plus en plus reconnus comme de puissants moteurs d'entraînement de la croissance économique et de la promotion du développement dans le contexte d'une planète de plus en plus mondialisée. Dans ce contexte, le terme "créativité" désigne la formulation d'idées nouvelles et l'application de ces idées à la production d'œuvres d'art et produits culturels originaux, de créations fonctionnelles, d'inven-

tions scientifiques et d'innovations technologiques. La créativité comporte donc un aspect économique observable dans la manière dont elle contribue à l'esprit d'entreprise, encourage l'innovation, augmente la productivité et favorise la croissance économique.

La créativité se retrouve dans toutes les sociétés et dans tous les pays – riches ou pauvres, petits ou grands, avancés ou en développement. Le terme "créativité" va de pair avec l'originalité, l'imagination, l'inspira-

**La créativité, le savoir et l'accès à l'information sont acceptés comme de puissants moteurs du développement**

<sup>1</sup> Ce Groupe a été créé en 2004 par le Secrétaire général de la Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED) dans le cadre des préparatifs de la Réunion de haut niveau sur les industries créatives et le développement. Cette réunion a eu lieu lors la onzième session de la Conférence ministérielle de la CNUCED. Cette dernière, qui préside le groupe, convoque chaque année deux réunions du groupe à Genève. Les travaux du groupe ont été réactivés en vue de promouvoir des mesures internationales concertées et des actions conjointes des organismes des Nations Unies afin de mettre en valeur la contribution de l'économie créative au développement.

tion, l'ingéniosité et l'inventivité. L'une des caractéristiques profondes des individus est d'être inventifs et d'exprimer des idées; alliées à des connaissances, ces idées forment la substance du capital intellectuel. De la même manière, chaque société a sa réserve de capital culturel intangible qui s'articule autour de l'identité et des valeurs d'un peuple. Depuis des temps immémoriaux, les civilisations en ont conscience, mais le XXI<sup>e</sup> siècle est marqué par une reconnaissance croissante de la convergence de la créativité, la culture et l'économie, qui est à la base de la notion émergente d'"économie créative".

Cette notion d'"économie créative" prend progressivement forme et gagne du terrain dans la vision contemporaine du développement. Il faut aller au-delà des modèles traditionnels au profit d'un modèle multidisciplinaire de la convergence de l'économie, la culture et la technologie, dans lequel la prédominance des services et du contenu créatif est privilégiée. Compte tenu de sa structure multidisciplinaire, l'économie créative offre une option possible dans le cadre d'une stratégie de développement axée sur les résultats pour les pays en développement. Cela nécessite l'adoption de mécanismes multisectoriels efficaces et de politiques interministérielles novatrices.<sup>2</sup>

### L'économie créative appelle des stratégies éclairées

Pour certains, l'"économie créative" est une conception globale comportant des interactions complexes entre la culture, l'économie et la technologie dans le monde contemporain "mondialisé", dominé par les symboles, les

textes, les sons et les images. D'autres se montrent plus sceptiques à l'égard de cette désignation à la mode et s'inquiètent de l'importance exagérée qui lui est accordée et du risque que cela n'exacerbe les divisions culturelles et technologiques. Cela étant, l'économie créative est devenue une question d'actualité dans les programmes internationaux consacrés à l'économie et au développement, et appelle des stratégies éclairées de la part des pays développés et des pays en développement.

### Les industries créatives sont au cœur de l'économie créative

Il n'existe pas de définition universelle de l'"économie créative", car il s'agit d'une notion subjective qui continue à évoluer. On observe toutefois une convergence croissante autour d'un groupe d'activités de base et leur interaction tant à l'échelon des différents pays qu'à l'échelon international.

Dans le présent rapport, on a retenu la définition de l'économie créative donnée par la CNUCED, qui peut être résumée comme suit:

- L'économie créative est une notion en mutation fondée sur des avoirs créatifs capables de produire un effet sur la croissance économique et le développement;
- Elle peut être une source de revenus, créer des emplois et produire des recettes d'exportation tout en favorisant l'inclusion sociale, la diversité culturelle et le développement humain;
- Elle englobe les aspects économiques, culturels et sociaux qui sont liés aux objectifs

<sup>2</sup> Déclaration de la CNUCED, lors de la deuxième Réunion des ministres de la culture du Groupe des États d'Afrique, des Caraïbes et du Pacifique, Saint-Domingue (République dominicaine), octobre 2006.

en matière de technologie, de propriété intellectuelle et de tourisme;

- Elle désigne un ensemble d'activités axées sur les connaissances, comporte une dimension développement et se rattache à l'économie dans son ensemble, à grande ou à petite échelle;
- Elle représente une option de développement réalisable qui nécessite des stratégies multisectorielles de la part des pouvoirs publics et des mesures interministérielles;
- Les industries créatives sont au cœur de l'économie créative.<sup>3</sup>

Les "industries créatives" peuvent être définies comme les cycles de création, de production et de distribution de biens et de services dans lesquels la créativité et le capital intellectuel représentent les éléments essentiels. Elles comprennent un ensemble d'activités axées sur la connaissance à l'origine de biens tangibles et de services intellectuels ou artistiques intangibles ayant un contenu créatif, une valeur économique et des objectifs commerciaux.<sup>4</sup> Ces industries créatives représentent un vaste domaine hétérogène qui associe diverses activités créatives (arts et métiers traditionnels, édition, musique, arts visuels et arts de la scène) à des groupes d'activité à plus forte intensité de technologie et de services (cinéma, télévision, radio, nouveaux médias et création). Le secteur créatif a une structure commerciale souple et modulaire allant des activités indépendantes et des petites entreprises à une extrémité jusqu'à quelques-unes des plus grosses multinationales à l'autre extrémité.

Aujourd'hui, les industries créatives comptent parmi les secteurs les plus dynamiques du commerce mondial. Entre 2000 et 2005, le commerce international de biens et services créatifs a connu une croissance annuelle sans précédent, soit 8,7% en moyenne. La valeur des exportations mondiales de biens et services créatifs a atteint 424,4 milliards de dollars en 2005, ce qui représente 3,4 % de l'ensemble des échanges mondiaux, selon la CNUCED. Dans les pays les plus avancés, les industries créatives apparaissent aujourd'hui comme un choix stratégique pour redynamiser la croissance économique, la création d'emplois et la cohésion sociale. Les villes dites "créatives" se multiplient en Europe et en Amérique du Nord, revitalisant l'économie des centres urbains au moyen d'activités culturelles et sociales qui offrent des emplois attractifs, surtout pour les jeunes. Le chiffre d'affaires des industries créatives européennes a atteint 654 milliards d'euros en 2003, augmentant à un rythme supérieur de 12,3% à celui de l'activité économique dans l'ensemble de l'Union européenne et employant plus de 5,6 millions de personnes.<sup>5</sup>

**Les industries créatives représentent 3,4% de l'ensemble des échanges mondiaux, la valeur des exportations mondiales de biens et services créatifs atteignant 424,4 milliards de dollars en 2005 avec une croissance annuelle moyenne de 8,7% entre 2000 et 2005**

<sup>3</sup> Définition du Programme de l'économie et des industries créatives de la CNUCED, 2005.

<sup>4</sup> Définition de la CNUCED développée plus avant au chapitre 1.

<sup>5</sup> Voir *Économie de la culture en Europe*, étude réalisée pour la Commission européenne par KEA, European Affairs, Bruxelles, 2006.

**La grande majorité des pays en développement n'arrivent toujours pas à mettre en valeur leurs capacités créatives**

Selon l'une des conclusions marquantes qui se dégagent de la présente étude, certains pays en développement, principalement en Asie, ont commencé à bénéficier du dynamisme de l'économie créative mondiale et mettent en place des politiques multisectorielles spécialement adaptées en vue de développer leurs industries créatives. La Chine, qui est à la tête de ce processus, est devenue le premier producteur et exportateur de produits créatifs à valeur ajoutée en 2005. Néanmoins, la grande majorité des pays en développement n'arrivent toujours pas à traduire leurs capacités créatives en facteurs de développement. Les obstacles qui empêchent les pays en développement d'améliorer leur économie créative sont un mélange de faiblesses dans les orientations des pays eux-mêmes et de défauts propres au

système mondial, questions qui sont analysées dans le présent rapport.

Selon une autre conclusion importante de la présente étude, les exportations par les pays en développement de biens créatifs connexes (ordinateurs, appareils photographiques, télévisions, radios et matériel audiovisuel notamment) ont rapidement progressé entre 1996 et 2005, passant de 51 milliards de dollars à 274 milliards de dollars.<sup>6</sup> Cette augmentation spectaculaire témoigne des mesures de rattrapage actuellement appliquées par un certain nombre de pays en développement afin d'accroître leurs capacités d'alimenter les marchés mondiaux en produits à valeur ajoutée. Ce phénomène réaffirme également l'existence d'une progression constante de la demande de produits créatifs dont la distribution et la consommation dépendent d'industries connexes. Cette demande en progression constante est une nouvelle confirmation des possibilités qu'offre l'économie créative pour la croissance économique.

## La dimension développement

La dimension développement de l'économie créative est le principe directeur du présent rapport. Les pays en développement pourront mieux s'intégrer dans l'économie mondiale en s'attachant à leurs capacités créatives et en améliorant la compétitivité de leurs biens et services créatifs sur les marchés mondiaux, à condition que les pouvoirs publics aient mis en place des politiques appropriées à l'échelon national et que les déséquilibres du

marché puissent être corrigés à l'échelon international. À cet égard, l'appui aux industries créatives nationales doit être considéré comme faisant partie intégrante de la promotion et de la protection de la diversité culturelle. En outre, cette diversité, du fait qu'elle constitue un bien public mondial, mérite le plein appui de la communauté internationale.<sup>7</sup>

Avec la place croissante que les connaissances occupent dans l'économie contempo-

<sup>6</sup> Voir également le chapitre 5.

<sup>7</sup> Voir le *Débat de haut niveau sur les industries créatives* (résumé), document TD/L.379 de la CNUCED, 16 juin 2004.

raine et la nécessité pour l'innovation de maintenir un avantage compétitif, il est devenu indispensable que les pays exploitent leurs vastes réserves de créativité. Cela est facilité par les progrès rapides des technologies de l'information et de la communication (TIC), qui relient progressivement les pays et les régions du monde entier. Les pays en développement ont ainsi des possibilités, auparavant inexistantes, d'accès aux marchés mondiaux pour les produits de leur créativité et de leur développement culturel, et cela directement, sans passer par des intermédiaires. Les problèmes sont toutefois énormes et ne devraient pas être sous-estimés.

Malgré la richesse de leur diversité culturelle et l'abondance de leurs talents créatifs, la vaste majorité des pays en développement ne tirent pas pleinement parti des énormes possibilités offertes par leur économie créative pour améliorer leurs acquis de développement<sup>8</sup>. Ces pays se heurtent à des obstacles sur les plans national et international qui doivent être parfaitement analysés avant de pouvoir être surmontés grâce à des mécanismes institutionnels multisectoriels et à des politiques multidisciplinaires. Dans ces conditions, les stratégies de développement doivent être actualisées afin de répondre aux profonds changements culturels, économiques et technologiques qui sont en train de remodeler la société.

C'est ainsi par exemple que la reconnaissance de l'importance du tourisme pour le développement est générale<sup>9</sup>. Dans le présent rapport, on a tenté à titre préliminaire d'analyser le lien entre le tourisme et les industries créatives, en se demandant si la demande de biens et de services créatifs de la part des

touristes favorise l'essor de l'économie créative. Dans la perspective de l'économie créative définie dans ce rapport, il convient de prendre des mesures afin de garantir que les travailleurs créatifs puissent bénéficier de la demande croissante de produits créatifs de la part des touristes.

Le rôle de la culture dans le développement a été analysé dans le Rapport sur le développement humain 2004 qui a été publié pour le PNUD.<sup>10</sup> Le présent rapport vise à poursuivre le débat normatif sur la culture et le développement en ajoutant la dimension économique de l'économie créative à l'examen du développement. Ce faisant, on se trouve confronté à la question des liens précis entre l'expression humaine et l'instrumentalisation sociale et économique. Le rapport aborde cette question en tant qu'aspect essentiel à prendre en considération dans l'élaboration des politiques.

Dans l'ensemble, la présente étude tente pour la première fois de présenter une vue plus large des possibilités qu'offre l'économie créative aux pays en développement de s'introduire rapidement dans des secteurs créatifs à forte croissance. Des stratégies de développement orientées dans ce sens sont compatibles avec la réalisation des Objectifs du Millénaire pour le Développement (OMD). Chacun sait que ces objectifs traduisent l'engagement de la communauté internationale en faveur d'un programme mondial pour le développement au cours des prochaines années. Huit objectifs assortis de cibles à atteindre dans certains délais doivent être réalisés d'ici à 2015, le premier et le plus important de ces objectifs étant

<sup>8</sup> Déclaration du Secrétaire général de la CNUCED au Forum mondial de la connaissance, Séoul (République de Corée), octobre 2006.

<sup>9</sup> Tourisme, culture et développement durable (Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO), 2006; *Baromètre OMT du tourisme mondial* (Organisation mondiale du tourisme (OMT), 2007; et préparation de la onzième session de la CNUCED : Réunion d'experts internationaux de haut niveau sur le tourisme durable pour le développement (document TD(XI)/PC/6 de la CNUCED, 18 mars 2004).

<sup>10</sup> *Rapport sur le développement humain 2004: La liberté culturelle dans un monde diversifié*, publié pour le Programme des Nations Unies pour le développement (PNUD) et dont Amartya Sen a élaboré le cadre conceptuel.

**La part de l'Afrique dans les échanges mondiaux de produits créatifs reste marginale, avec moins de 1% des exportations mondiales**

l'élimination de l'extrême pauvreté et de la faim. Les OMD visent à affronter les défis du développement, non pas pris isolément mais comme faisant partie intégrante de l'ensemble des économies et des sociétés à travers le monde. La pleine réalisation de ces objectifs appelle des formules novatrices et multisectorielles et un

examen approfondi des questions liées notamment à la culture, à l'environnement et au développement social. La réalisation des OMD passe par une approche globale et multisectorielle qui va au-delà de l'économie et comporte des structures culturelles et sociales; l'économie créative est le reflet de cette approche.

**La réalisation des OMD passe par une approche globale et multisectorielle qui comporte des structures culturelles et sociales**

## Portée du présent rapport

Le présent rapport vise à arrêter le cadre conceptuel et directif qui permettra de comprendre l'économie créative afin de définir les outils d'analyse qui conduiront à l'adoption de politiques éclairées. Il introduit la notion de d'"économie créative", dont il recense les définitions, les caractéristiques et fixe les paramètres afin de faciliter la mesure de l'impact de l'économie créative aux niveaux national et international. L'objectif recherché est de proposer une vision partagée et un programme de recherche sur la politique à suivre qui tienne compte de la pensée économique actuelle et se prête à une analyse comparée comme base de l'élaboration des politiques nationales et internationales.

Le rapport fait le point des travaux de recherche actuellement réalisés dans différentes régions du monde afin de dresser un tableau de l'impact général de l'économie créative aux niveaux national et international.

Plutôt que de prescrire un modèle unique pour dresser le tableau de l'économie créative dans les pays en développement, on a choisi de dégager différentes possibilités, tout en mettant en lumière les limites de certaines méthodologies et les lacunes actuellement observées dans les statistiques et les outils d'analyse quantitative. Il offre néanmoins certains éléments destinés à faciliter la comparabilité de diverses industries créatives à l'échelon national ou d'un pays à l'autre. L'objectif est de présenter une analyse d'ensemble et d'ouvrir la voie à l'adoption de paramètres qui permettront d'évaluer l'économie créative des différents pays à travers le monde, en soulignant l'importance des échanges internationaux dans le processus de développement.

Malgré les limites qui s'attachent aux indicateurs économiques et sociaux, le présent rapport innove en utilisant les données offi-

cielles disponibles pour recenser les flux du commerce mondial et régional de produits et de services créatifs pendant la période 1996-2005, en examinant les grandes tendances qui s'en dégagent et en recensant les principaux intervenants sur les grands marchés. Il présente une analyse de la chaîne des valeurs et de la structure commerciale des industries créatives, en concluant que le caractère oligopolistique de la commercialisation et de la distribution fait obstacle à la compétitivité des biens et des services créatifs en provenance des pays en développement dans le commerce mondial. Il signale les difficultés qui s'attachent à la quantification de valeurs intangibles et à l'évaluation de l'impact réel du commerce international de biens et de services créatifs sur l'économie mondiale. Le rapport souligne la nécessité d'améliorer la transparence du marché, en particulier dans les secteurs à plus haute intensité de technologie et orientés vers les services, par exemple le matériel audiovisuel et les nouveaux médias. Il examine également les possibilités de renforcement du commerce et de la coopération Sud-Sud et Nord-Sud.

Le rapport reconnaît le rôle croissant des droits de la propriété intellectuelle comme source de recettes pour les industries créatives. Il met l'accent sur la nécessité de mieux comprendre les régimes appliqués aux droits de la propriété intellectuelle et d'en renforcer l'efficacité. Il reconnaît également le déséquilibre dont souffre le régime actuel et souligne la nécessité de revoir l'application de certains instruments normatifs afin de garantir que les intérêts des pays en développement soient convenablement pris en compte. Il aborde en outre les questions liées aux connaissances et aux expressions culturelles traditionnelles ainsi

qu'au domaine public à la lumière des progrès réalisés par l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI).

Le rapport offre aussi une analyse du phénomène de la connectivité et de son influence sur les structures de la production, de la consommation et du commerce de produits créatifs tangibles et intangibles dans le monde. Il traite de l'importance des outils des TIC et des nouveaux modèles commerciaux assortis de nouvelles formes de distribution du contenu créatif à l'ère numérique. La technologie joue un rôle capital dans l'économie créative, non seulement en tant que substance même des secteurs créatifs tels que l'audiovisuel et les nouveaux médias, mais aussi comme moyen d'accéder au contenu numérique et de le diffuser dans les conditions actuelles de l'interactivité multimédia.

**Plutôt que de prescrire un modèle unique pour dresser le tableau de l'économie créative, le rapport dégage différentes possibilités et suggère un modèle souple s'inspirant des courants commerciaux**

Le rapport examine également l'incidence des politiques internationales et des processus mondiaux sur la structure de l'économie créative naissante. Il aborde également la question de la pertinence des processus multilatéraux tels que les programmes de développement de l'OMPI et de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) ainsi que l'entrée en vigueur de la Convention de l'UNESCO sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles et leurs incidences sur les industries et l'économie créative. Le rapport examine aussi comment



**Les droits de propriété intellectuelle revêtent une importance croissante comme source de revenu pour les industries créatives**

mobiliser davantage les pays en développement, par les États membres du Groupe des 77 (G-77)<sup>11</sup> – afin de promouvoir l'économie créative en tant qu'outil de développement, et par la coopération interinstitutionnelle encouragée par l'Unité spéciale pour la coopération Sud-Sud du PNUD.<sup>12</sup> Le rapport présente une vue d'ensemble des décisions intergouvernementales les plus marquantes pour l'économie créative. Il vise à examiner le cadre directif qui entoure l'économie créative afin de définir les choix politiques qui permettraient de renforcer les industries créatives locales et de les intégrer dans les stratégies nationales et internationales de développement et dans les marchés mondiaux.

En raison de la multiplicité des approches, le rapport conclut à ce stade qu'il n'existe pas de modèle consensuel des politiques les plus favorables aux industries créatives. Il n'en reste pas moins que les différents pays sont encouragés à faire des choix stratégiques parmi les politiques multisectorielles des pouvoirs publics afin de renforcer leur économie créative. Il conviendrait que les pays tiennent dûment compte des spécificités de leur identité culturelle et des avantages compétitifs de certaines industries créatives. Le rapport donne des exemples de réussites enregistrées dans différents pays comme preuve des possibilités qui existent dans différentes parties du monde.

En résumé, le présent rapport a pour objet d'aider les pays en développement à tirer parti de leur économie créative et à optimiser les avantages du développement en reconnaissant les possibilités réelles qu'offre l'économie créative pour relier les objectifs économiques, technologiques, sociaux et culturels du développement dans le contexte d'une mondialisation de plus en plus poussée. Il le fait par les moyens suivants:

- Examen des concepts, des méthodes et de la structure de l'économie créative;
- Partage des données d'analyse avérées confirmant que les industries créatives représentent un nouveau secteur dynamique du commerce international;
- Proposition d'orientations possibles pour les stratégies directives.

Le rapport reconnaît que la créativité et les talents humains, plus que les facteurs de production traditionnels tels que le travail et le capital, deviennent rapidement de puissants moteurs du développement durable. Les pays en développement du monde entier peuvent trouver les moyens d'optimiser le potentiel de l'économie créative de produire une croissance socioéconomique, créer des emplois et des recettes d'exportation tout en favorisant l'inclusion sociale, la diversité culturelle et le développement humain.

**La technologie joue un rôle capital dans l'économie créative tant pour la production que pour la diffusion des données**

<sup>11</sup> Message du Président du G-77 au Forum mondial sur l'économie créative pour le développement, Rio de Janeiro (Brésil), 26 novembre 2006 – <http://www.g77.org/Speeches/112606.html>

<sup>12</sup> Déclarations de l'Administrateur du PNUD et du Secrétaire général de l'UNESCO de la Journée des Nations Unies pour la coopération Sud-Sud 2005 qui avait pour thème: "Célébrer le monde du Sud: diversité et créativité" – <http://tedc.undp.org/UNDAY/unday2-admin-stmt.pdf> [http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL\\_ID=29653&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL_ID=29653&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)

## Enseignements tirés et options pour l'élaboration des politiques publiques

Les pays développés tout comme les pays en développement sont extrêmement riches en matière de diversité culturelle et de talents créatifs. Leurs traditions constituent un patrimoine hors du commun pour la musique, l'artisanat, les arts plastiques, les rites, la danse, l'art du spectacle, le récit oral et les pratiques culturelles. Toutes ces expressions des cultures locales et nationales sont des atouts qui constituent le capital intellectuel indiscutable, tant tangible qu'intangible, sur lequel repose la vie de la collectivité. Ces atouts peuvent à leur tour donner naissance à un ensemble complexe de produits créatifs – des biens et services (présentant ou non un intérêt commercial) dont la teneur culturelle exprime la créativité et le talent des individus.

Outre leur rôle en tant qu'expressions fondamentales des cultures locales, nationales et régionales, ces activités et produits créatifs offrent aussi de réelles possibilités de retombées économiques et sociales. La production et la distribution de biens et de services créatifs peuvent être une source de revenu, d'emploi et de débouchés commerciaux, promouvoir la croissance et le développement et favoriser la cohésion sociale et l'interaction entre les collectivités. La mondialisation et l'expansion rapide des nouvelles TIC ont

ouvert d'énormes possibilités d'utilisation de produits créatifs à des fins commerciales. En fait, l'adoption des nouvelles technologies et la large place donnée à l'expansion du marché sont les caractères distinctifs des industries créatives en tant que secteur dynamique de l'économie dans les pays industrialisés.

Comment ces tendances se répercutent-elles sur l'expérience des pays en développement? Certaines régions du monde en développement, notamment en Asie, connaissent une forte croissance de leurs secteurs créatifs. Les données de fait réunies dans le présent rapport montrent l'importance de la croissance des échanges de biens et de services créatifs en tant qu'indicateurs de la vigueur des industries créatives dans ces pays. Au cours des dix années qui ont précédé 2005, les exportations mondiales de biens et de services créatifs ont progressé à raison de 6,1 et 9,1 % par an respectivement, les taux de croissance dans les pays en développement pris ensemble dépassant ceux enregistrés dans les pays développés. Ces résultats donnent une vague idée des nouvelles possibilités d'expansion des exportations créatives à valeur ajoutée qui s'offrent aux pays en développement.

Paradoxalement toutefois, dans le monde d'aujourd'hui, malgré la richesse de leur créativité et l'abondance de leurs

ressources culturelles, de nombreux pays en développement ne parviennent pas à tirer profit des possibilités de développement qu'offrent leurs industries créatives. Pour diverses raisons, les possibilités qu'ouvrent ces industries pour accroître la production, les exportations et l'emploi sont encore sous-utilisées et les potentialités de concourir effectivement au développement grâce à la croissance de l'économie créative ne sont pas mises à profit. Cela tient à toute une gamme de difficultés que connaissent les pays en développement dans ce domaine, parmi lesquelles:

- Une absence de règles précises permettant de comprendre et d'analyser l'économie créative afin d'élaborer des politiques éclairées et fondées sur des données de fait avérées;
- Un manque de données sur les effets de l'économie créative à partir desquelles des stratégies de développement valables pourraient être élaborées;
- Des caractéristiques structurelles inhabituelles de l'économie créative qui appellent des politiques adaptées à chaque pays plutôt que des politiques générales;
- Un manque de capacités institutionnelles pour appuyer le développement des industries créatives dans les pays en développement, notamment en matière de protection et d'application des droits de propriété intellectuelle;
- Le fait que les pays développés, arrivés les premiers, bénéficient d'énormes avantages dans le domaine des biens et services créatifs, d'où la difficulté pour les pays en développement de soutenir la concurrence sur les marchés mondiaux de ces produits.

Quels sont les liens entre ces considérations et la culture? Sur le plan politique, le rôle de la culture dans l'autonomisation et la cohésion sociale a été le principal aspect sur lequel on a insisté en tant qu'instrument politique. Le présent rapport vise à faire mieux comprendre l'importance de la culture en mettant en lumière le rôle supplémentaire (et parfois distinct) de la culture dans le développement économique qui intervient parallèlement à la notion fondamentale de "culture" en termes de valeurs et d'identité. Il signale l'interaction complexe entre les aspects formels et informels, commerciaux et non commerciaux, auxiliaires et intrinsèques de la "culture" dans le processus de développement et montre comment le développement culturel et économique peut être appréhendé comme un processus global quand il est considéré sous l'angle des industries créatives. À partir de cette interprétation et d'un ensemble de preuves solides, le rapport conseille de s'intéresser de plus près à la culture et à la créativité dans le développement, mais en se fondant sur l'action multidisciplinaire menée par plusieurs organisations.

Le présent rapport tente dans un premier temps de préciser les notions de base nécessaires pour mieux comprendre l'économie créative en présentant des preuves objectives, en proposant certains outils d'analyse et en suggérant des orientations pour l'action des gouvernements. Cependant, en essayant de mieux faire comprendre la nature et la forme de l'économie créative, le rapport souligne que ce n'est là qu'un début, une première étape en vue d'une analyse d'ensemble plus solide de l'économie créative.

# Principales conclusions

## Définitions et postulats

Les définitions de l'“économie créative” peuvent varier, mais il est généralement accepté que l'économie créative se situe au cœur des industries créatives. Il n'existe pas de définition unique de l'“économie créative” ou des “industries créatives” qui soit généralement acceptée même si, bien évidemment, l'une des caractéristiques fondamentales de ces termes est d'englober la notion de “créativité”. Dans le monde actuel, la créativité est souvent désignée comme l'une des principales ressources dans l'économie du savoir, donnant accès aux changements technologiques et conférant un avantage compétitif à des entreprises et à des pays. L'alliance de la créativité et des matières premières aboutit à une catégorie de produits désignés sous le nom de “biens et services créatifs”, parmi lesquels certains considèrent que la valeur artistique ou culturelle des “biens et services culturels” se situe en plus de leur teneur créative, et qu'ils constituent pour cette raison un sous-groupe. Cela permettrait ainsi de définir les “industries créatives et culturelles” comme les industries qui produisent des biens créatifs et culturels respectivement. Différents modèles d'économie créative définissent et classent différemment les industries créatives, mais dans le présent rapport on a utilisé les groupes d'industries suivants:

- patrimoine culturel;
- arts plastiques et arts du spectacle;
- industries de l'audiovisuel;
- édition et information écrite;
- nouveaux médias;

- création industrielle;
- services créatifs, y compris architecture et publicité.

Le présent rapport vise à donner des critères réalistes pour définir l'“économie créative”. Par la suite, il faudra trouver un système solide de classification qui ne soit pas simplement dicté par la commodité ou la disponibilité sur le plan statistique, mais de préférence fondé sur la compréhension des données de fait nécessaires pour déterminer les orientations à suivre.

## Liens intersectoriels

L'“économie créative” est une notion pluridimensionnelle qui se rattache à différents secteurs de l'économie générale. Les diverses méthodes d'analyse de l'économie créative mettent l'accent sur des aspects différents. C'est ainsi qu'une méthode sociologique a porté sur la notion de “classe créative” dans la société, qui se composerait de travailleurs intellectuels, scientifiques et artistiques dont la présence engendrerait un dynamisme économique, social et culturel. D'autres méthodes ont insisté sur le rôle de la culture dans l'émancipation sociale. Au delà même du secteur de l'urbanisme, la notion de “ville créative” est désormais reconnue, alors que les géographes s'intéressent aux aspects géostratégiques de l'activité créative sous forme de groupes, de réseaux et de districts créatifs. En raison de son caractère multiforme, l'économie créative, outre sa valeur intrinsèque, recoupe une large gamme de domaines économiques et sociaux. C'est pourquoi l'élab-

oration de politiques relatives à l'économie créative ne se limite pas à un seul ministère ou service gouvernemental; il est plus probable qu'elle fasse appel à différents domaines d'orientation, notamment les suivants:

- développement économique et croissance régionale;
- urbanisme;
- commerce international;
- relations professionnelles et industrielles;
- migrations;
- investissements nationaux et étrangers;
- technologie et communications;
- art et culture;
- tourisme;
- protection sociale;
- éducation.

En outre, l'économie créative fait également appel à des intervenants multiples dans le secteur public, le secteur des entreprises, le secteur associatif et la société civile.

## L'économie créative dans les pays développés

Durant les années 90 dans les pays développés, les industries créatives se sont développées plus rapidement que d'autres secteurs, notamment ceux des services et des industries manufacturières. L'un des principaux facteurs de cette croissance a été l'évolution technologique particulièrement rapide qui est intervenue dans les multimédias et les télécommunications au cours de cette période. En particulier, la technologie numérique a ouvert toute une gamme de nouveaux médias permettant de transmettre aux consommateurs un contenu culturel, et les industries

créatives ont réagi en lançant sur le marché un choix de plus en plus large de produits créatifs. Quant à la demande, la progression des revenus réels parmi les consommateurs des pays développés, qui s'est accompagnée de la transformation des préférences en matière de consommation culturelle, a contribué à soutenir la croissance de l'économie créative. À mi-parcours de la première décennie du XXI<sup>e</sup> siècle, la contribution des industries créatives au PIB des pays développés se situait en moyenne entre 3 et 6%. Il ressort par exemple les estimations récentes établies par l'OCDE pour les pays membres de cette organisation que les industries créatives aux États-Unis et en France représentaient environ 3% de la valeur brute ajoutée en 2002-2003, proportion qui atteignait près de 6% au Royaume-Uni.

## L'économie créative dans les pays en développement

La participation des pays en développement à l'économie créative varie de façon spectaculaire à travers le monde, d'une part en raison de différences dans les capacités industrielles et les capacités d'exportation entre les pays, mais aussi du fait que les pays n'ont pas tous reconnu au même degré l'intérêt que représentait le secteur créatif en entreprenant un programme délibéré en vue de son expansion. En Afrique, par exemple, la commercialisation de produits culturels a été assez limitée. La musique, qui est une forme d'expression culturelle particulièrement importante sur le continent africain, en est peut-être l'exemple le plus frappant. L'industrie de la musique en Afrique demeure principalement axée sur les représentations en direct, la production et la distribution officielles de produits musicaux attendant d'être dévelop-

pées plus avant. L'une des difficultés qui reste à surmonter à cet égard tient au fait que les pays en développement ne disposent généralement pas des ressources institutionnelles nécessaires pour administrer la collecte et le versement des droits d'auteur. En conséquence, les grandes vedettes sont souvent tentées d'émigrer à la recherche de meilleures chances ou simplement pour être rémunérées pour ce qu'elles font. Certaines régions d'Asie, en revanche, sont à la pointe de l'innovation en matière de production créative, comme la République de Corée pour les jeux vidéo. De la même manière, un certain nombre de villes asiatiques formulent des stratégies de développement urbain dans lesquelles une large place est accordée aux activités culturelles et créatives. Dans la région des Caraïbes ainsi qu'en Amérique centrale et en Amérique du Sud, la situation des industries créatives varie énormément d'un pays à l'autre, différentes industries retenant tout particulièrement l'attention dans différents pays, par exemple l'édition en Argentine, la musique en Jamaïque ou l'industrie cinématographique au Mexique.

## La chaîne de la plus-value pour les produits créatifs

Il est indispensable de comprendre la chaîne de la plus-value dans la production et la distribution de biens et de services créatifs afin de déterminer les points d'intervention optimaux dans les grandes orientations destinées à donner de l'élan à l'économie créative. Pour élaborer des politiques judicieuses, il est capital de comprendre de façon systématique qui sont les intervenants dans l'économie créative, quels sont les liens entre eux et comment le secteur créatif se rattache à d'autres secteurs de l'économie.

Un outil qui s'est avéré utile pour étudier l'économie créative est la chaîne de la plus-value, qui suit les progrès des biens créatifs depuis leur conception initiale jusqu'au stade final de leur consommation. Il importe en particulier d'examiner les premières étapes de cette chaîne, c'est-à-dire de comprendre la structure du secteur de production des biens et services culturels. Dans ce secteur, les unités de production vont des artistes et des producteurs indépendants à une extrémité jusqu'aux grandes sociétés multinationales à l'autre extrémité. Entre les deux se situent les petites et moyennes entreprises (PME) qui, dans de nombreux pays en développement, représentent les éléments les plus déterminants pour ce qui est du volume de la production, du niveau de l'emploi et de l'engagement de la collectivité. Dans un certain nombre de cas, ces entreprises offrent les meilleures chances d'allier la concrétisation du potentiel économique et le développement de traditions et de symboles culturels authentiques, par exemple dans la fabrication de produits d'artisanat, d'articles de mode, d'enregistrements musicaux, etc. En fait, les PME pourraient devenir la pièce maîtresse des stratégies conçues localement pour le développement durable des industries créatives en enrichissant la vie économique, culturelle et sociale de la collectivité. L'analyse de la chaîne de la plus-value permet aussi de recenser les produits et services créatifs qui offrent des avantages compétitifs particuliers ou qui peuvent être développés en tant que créneaux spécialisés dans certaines situations.

## Problèmes de données

Les pays en développement ne disposent pas de données fiables suffisantes sur l'économie créative (apports, produits, valeur

de la production, prix, emploi et échanges), et il faudrait de toute urgence améliorer la collecte des données statistiques qui serviront de base à l'élaboration de la politique des industries créatives. En raison de l'absence d'une tradition d'évaluation et de mesure économiques dans le domaine culturel, à laquelle s'ajoutent des difficultés de définition dans le domaine des activités culturelles et des biens et services créatifs, il y a une pénurie d'indicateurs fiables sur lesquels fonder des évaluations du volume et de la portée des économies créatives. Par ailleurs, du fait de la rapidité de l'évolution technologique, il est difficile de ne pas se laisser distancer par les nouveaux produits et services qui arrivent constamment sur le marché.

C'est ainsi qu'à présent, nous ne disposons que d'un jeu limité de moyens de mesurer la production, la main-d'œuvre et les échanges commerciaux des industries créatives. Ce sont là, dans des conditions idéales, les données avec lesquelles nous pourrions commencer. En outre, des données sur la participation ainsi que sur le budget-temps de l'activité culturelle et créative permettraient d'avoir une perspective plus complète. Même ainsi, de nouveaux modèles s'imposent. S'agissant de l'emploi créatif, par exemple, des statistiques sur les professions ventilées par secteur industriel sont indispensables pour évaluer les liens entre les industries créatives et d'autres secteurs, tandis que des données sur la répartition géographique de l'emploi ont leur importance pour l'analyse des pôles créatifs. En matière de commerce, si l'on dispose d'informations sur les exportations et les importations des produits matériels des industries créatives (par exemple dans les tableaux statistiques sur les échanges de biens et de services créatifs qui ont été établis dans le

cadre du présent rapport), la dématérialisation croissante des produits culturels a rendu problématique la collecte de données statistiques sur les échanges commerciaux. Pour ce qui est des produits audiovisuels, par exemple, le marché international des droits et des services dépasse sans aucun doute le marché physique en valeur, et pourtant il est difficile d'obtenir une documentation sur le volume et le montant des droits. Il est néanmoins possible d'améliorer quelque peu notre compréhension du commerce international des produits créatifs en utilisant à la fois les données commerciales existantes et les statistiques sur le règlement des droits d'auteur.

## Commerce

Malgré les problèmes de mesure, il est possible de recueillir des données cohérentes sur les exportations et les importations de produits créatifs classés par région et par catégorie de produits. Faisant œuvre de pionnier, le présent rapport offre une analyse mondiale comparée du commerce des biens et services créatifs réalisée sur la base des statistiques nationales des échanges commerciaux, et qui pourra servir de point de départ pour l'établissement de données statistiques à la fois plus complètes et plus transparentes. Cette analyse met en lumière la complexité, l'hétérogénéité et le caractère multidisciplinaire de l'économie créative et signale les difficultés auxquelles se heurtent la conceptualisation, la classification et la mesure de la production et des échanges commerciaux des industries créatives. Les chiffres exacts des échanges commerciaux sont certainement sous-estimés et faussés en faveur de la production, sur laquelle se trouve concentrée la collecte de données.

Comme indiqué plus haut, l'aspect

matériel de l'économie créative est potentiellement moins important que son aspect immatériel/relatif aux droits; mais c'est malheureusement là le domaine sur lequel nous disposons des informations les plus rares. L'OMPI a réalisé quelques interventions utiles dans ce domaine, mais en ayant comme objectif la réglementation, c'est-à-dire en choisissant d'autres variables. Il ressort de l'analyse des tendances que le commerce des biens et services créatifs au cours des 10 dernières années a connu un taux de croissance sans précédent comparativement aux secteurs plus traditionnels des industries manufacturières et des services. En supposant que cette croissance se maintiendra au cours des prochaines années, elle offrira aux pays en développement de nouvelles occasions d'accroître leur part du marché mondial de produits créatifs.

## Connectivité et TIC

Ainsi qu'il a déjà été constaté, l'émergence des nouvelles technologies de l'information et de la communication (TIC) a été le facteur déterminant dans la croissance de l'économie créative à travers le monde. De toute évidence, les TIC profitent à l'ensemble de l'économie, mais elles jouent un rôle particulièrement important dans les industries créatives. Les TIC offrent de nouvelles filières de distribution pour les produits à teneur culturelle; permettent l'adoption de modèles novateurs en matière d'entreprises; renforcent les liens entre la créativité, la culture, la technologie et le développement économique.

Dans le cas des pays en développement, les TIC peuvent beaucoup contribuer à dynamiser le développement socioéconomique, en particulier en offrant aux PME la possibilité d'élargir leur clientèle et d'accroître leur

participation aux filières internationales d'approvisionnement. Les TIC peuvent créer de nouveaux liens dans la chaîne de la plus-value dans de nombreuses industries créatives, en particulier grâce au phénomène de la convergence numérique. Cependant, là encore des problèmes de mesure se posent, en particulier pour évaluer l'implantation et l'utilisation de l'Internet, l'étendue du commerce électronique, etc. Des efforts ont été entrepris dans différents organismes du système des Nations Unies pour résoudre les problèmes créés par les nouvelles technologies grâce à la coopération internationale, par exemple pour établir des statistiques normalisées, promouvoir un centre de liaison mondiale et apporter un appui à des expositions sur l'économie créative destinées à mieux faire comprendre les industries créatives dans un monde numérique.

## Politique en matière d'économie créative

En raison du caractère intersectoriel de l'économie créative, l'élaboration de politiques à l'intention des industries créatives doit se faire sur la base d'une coordination interministérielle. Il existe en effet une gamme très étendue d'instruments pouvant être utilisés par les décideurs pour arrêter des stratégies de développement destinées aux industries créatives dans les pays en développement. En termes généraux, il faut que le développement des infrastructures et le renforcement des capacités contribuent à améliorer le fonctionnement des politiques budgétaires, des lois sur la concurrence et des régimes de la propriété intellectuelle, en plus des débats traditionnels sur la valeur intrinsèque. En termes plus précis, de grandes orientations peuvent être données dans les domaines suivants:



- établissement d'inventaires des atouts culturels et des industries créatives;
- développement et financement des PME (microfinancement, par exemple);
- lois sur les droits d'auteur et leur application;
- appui aux artistes et aux arts, à la fois directement (par des mesures financières) et indirectement (en encourageant l'aide du secteur privé);
- conservation du patrimoine culturel tangible et intangible;
- expansion des capacités numériques et des compétences;
- développement du marché interne et du marché d'exportation;
- promotion du tourisme;
- éducation, formation et développement des compétences;
- aide au secteur industriel (par exemple au moyen de mesures incitatives à l'investissement, d'avantages fiscaux, etc.).

Par conséquent, l'élaboration des politiques ne peut être limitée à un seul ministère, mais nécessite de la part de divers services ministériels une action coordonnée qui, bien que concernant essentiellement les zones urbaines, a aussi de l'importance dans les régions rurales. Le modèle de développement approprié se fonde sur le développement durable mesuré en termes économiques, culturels, sociaux et environnementaux. Ce n'est qu'en adoptant un modèle ainsi modifié que nous prendrons conscience de la mesure de la contribution potentielle des industries créatives pour les pays en développement.

## Contexte international

L'économie créative figure au programme de divers organismes internationaux de décision. La difficulté consiste à créer un environnement porteur afin d'optimiser le potentiel que représente l'économie créative pour le développement. En outre, compte tenu du caractère multiforme et multidisciplinaire de l'économie créative, les gouvernements peuvent mettre à profit les synergies et l'expérience du système des Nations Unies pour analyser les aspects essentiels de la question afin de les aider à formuler des politiques.

Les décideurs doivent être conscients de certaines subtilités quand ils traitent l'économie créative. En matière de commerce, par exemple, les négociations multilatérales en cours se heurtent encore à des difficultés pour les produits culturels, bien qu'il convienne de noter que l'Accord général sur le commerce des services (GATS) prévoit des marges de manœuvre auxquelles les pays en développement pourront avoir recours pour renforcer leurs industries créatives. L'Accord sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce (Accord sur les ADPIC) ouvre quelques possibilités d'examen des sujets liés à l'économie créative mais, à ce jour, les questions telles que le folklore et les connaissances traditionnelles n'ont reçu que peu d'attention. Il ne fait aucun doute que la question des droits d'auteur est l'un des domaines qui se prêtent à une action nationale et internationale. Toute nouvelle expansion des secteurs créatifs de nombreux pays en développement est étroitement tributaire de l'existence d'une protection efficace des droits d'auteur. D'autres initiatives d'expansion du commerce sont en cours, par exemple la recherche de nouvelles possibilités de développement du commerce Sud-Sud dans le cadre de l'action menée par l'Unité

spéciale du PNUD pour la coopération Sud-Sud et l'offre de débouchés aux chefs d'entreprises créatives par le Centre du commerce international.

Une étape importante a été franchie dans la promotion du secteur créatif dans les pays en développement avec la ratification de la Convention de l'UNESCO sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles, qui insiste sur le rôle des industries

créatives comme source d'autonomisation économique et culturelle, en particulier dans les pays en développement, et encourage les pays à accorder plus d'importance au choix des orientations dans ce domaine. Tous ces aspects internationaux devraient être considérés dans le contexte des Objectifs du Millénaire pour le Développement, qui définissent un ensemble d'objectifs stratégiques à la réalisation desquels les industries créatives des pays en développement pourraient grandement contribuer.

## Résumé des principaux messages

Les principaux messages du présent rapport peuvent être résumés comme suit:

- Il s'avère que les échanges de biens et de services créatifs sont importants pour l'économie des pays en développement, et le volume de ces échanges met en lumière la vigueur de l'économie créative dans de nombreux pays en développement. Malgré les graves obstacles auxquels se heurtent bon nombre de ces pays pour accéder aux marchés mondiaux de produits créatifs, des possibilités d'expansion des exportations existent en tant que source de croissance de l'économie créative de ces pays.
- Les stratégies d'ensemble visant à encourager le développement des industries créatives dans l'hémisphère Sud doivent tenir compte du caractère intersectoriel et pluridisciplinaire de l'économie créative et de ses multiples liens et ramifications économiques, sociaux et culturels. Les principaux éléments de tout ensemble de mesures directives insisteront probablement sur les liens créatifs entre les investissements, la technologie, l'esprit d'entreprise et le commerce.
- L'élaboration de politiques à partir de faits se heurte actuellement à l'insuffisance de données détaillées et fiables sur les différents aspects de l'économie créative. Des progrès peuvent être réalisés dans l'évaluation de la production et des échanges de produits créatifs dans les pays en développement sur la base des sources statistiques existantes. Toutefois, pour réaliser des progrès supplémentaires, il faudra mettre au point de nouveaux modèles pour la collecte de données (qualitatives et quantitatives) sur les industries créatives et leur fonctionnement dans l'économie, et aussi améliorer la qualité des méthodes actuelles de collecte de données.
- La législation actuelle dans le domaine des droits de propriété intellectuelle n'a pas été assez pour éviter les asymétries économiques. Les efforts pour faire appliquer les régimes de propriété intellectuelle devraient garantir que les intérêts des artistes et des créateurs des pays en développement soient dûment pris en considération. La propriété intellectuelle doit encourager les créateurs et les chefs d'entreprise en mettant à leur disposition un avantage économique négociable pouvant contribuer à améliorer le potentiel du secteur créatif au service du développement.