

Partie I : Définitions et modèles de l'économie créative

Table des matières

Résumé analytique
Définitions et différents modèles de l'économie créative
Délimitation du domaine
Évaluation du secteur de l'économie créative
Économie créative ou écologie créative?
Créativité et travail
À la recherche des sources de l'innovation créative
La main-d'œuvre temporaire
Conclusion

Tableau

Tableau 1 Comparaison de la quantité d'emplois et de la contribution au PIB à l'économie globale

Figures

Figure 1 Modèle des cercles concentriques d'industries créatives
Figure 2 Chaîne des valeurs culturelles
Figure 3 Carrières individuelles et l'infrastructure culturelle

Résumé analytique

Le présent document confirme que plusieurs régions et pays sont de plus en plus intéressés à l'économie créative pour stimuler la croissance économique. Le Canada a tardé à adopter le concept à l'échelon fédéral. Au cours de la dernière année, un nombre croissant de documents d'orientation ont été publiés par différents gouvernements du monde. Ces documents explorent des moyens de conceptualiser ce secteur économique relativement nouveau, son potentiel futur et les instruments de politique adéquats pour en faire la promotion (voir l'annexe A). Par conséquent, on ne manque pas d'intérêt ni d'idées relativement à l'économie créative. Toutefois, les responsables de l'élaboration de politiques semblent davantage se préoccuper des moyens de profiter *financièrement* des industries créatives, et ce, le plus rapidement possible. Une telle approche semble très abstraite. Elle conceptualise l'économie créative comme si c'était une chose en soi, un assortiment de produits et de services de création aucunement reliés aux êtres humains qui les créent, les produisent, les distribuent et les consomment. Nous suggérons plutôt qu'une planification à long terme soit tout aussi nécessaire qu'une exploration du *milieu* dans lequel une valeur économique tangible émerge, et la question *qui* l'a créée est posée. La promotion efficace et durable de l'économie créative requiert une approche globale et holistique. En somme, nous aimerions intégrer la notion de l'économie créative dans le monde actuel et quotidien de la vie et du travail. Pour mettre en application une telle approche, il faudra passer d'un concept d'*économie* créative – ce qui présuppose une notion abstraite de même que limitée des produits et des services de création – à un concept d'*écologie* créative, qui tient compte de ceux qui créent ces produits et ces services : les membres de la main-d'œuvre créative. Il s'agira toutefois d'un défi de taille puisqu'il y a un énorme écart à combler en ce qui concerne la connaissance systématique sur la main-d'œuvre créative.

Définitions et différents modèles de l'économie créative

L'économie créative est un des secteurs de l'économie qui connaît l'une des croissances les plus rapides dans plusieurs pays occidentaux industrialisés, employant près de 3 à 4 p. 100 de la population active et contribuant un pourcentage comparable au PIB¹ annuel (*The economy of culture in Europe*, 2006; *Creative industries mapping document*, 2001; *Contribution économique de la culture au Canada*, 2004). Par conséquent, l'économie créative contribue à l'économie nationale autant, sinon davantage, que les pêches, la foresterie et l'agriculture ensemble. Toutefois, chercheurs, économistes et analystes des politiques intéressés à l'économie créative ne peuvent qu'aspirer à la clarté définitionnelle qui caractérise les autres secteurs primaires. L'économie créative pourrait

¹ Ce résultat est intéressant sur le plan méthodologique, car il suggère une corrélation étroite entre l'emploi et la contribution au PIB (sauf au R.-U., où une récente comparaison de l'UE faisait état d'une productivité accrue : 5 p. 100 de la main-d'œuvre produit 8 p. 100 du PIB). Il est difficile de comparer les données. Toutefois, il y a suffisamment de données pour soutenir deux grandes généralisations : il y a de brusques variations régionales relativement à l'emploi dans le domaine culturel entre les pays, montrant de forts effets d'agglomération dans les grandes villes; ainsi que des différences apparentes dans la productivité relative. Par exemple, la contribution au PIB varie en fonction de variations nationales dans la composition de l'économie créative pour les industries de capital, comme le cinéma, entre autres.

bien être le secteur de l'économie le plus évasif, le plus difficile à « mesurer » et le plus marqué par des tensions.

Premièrement, en vue d'établir les termes et les catégories d'une analyse de l'économie créative, nous devons faire la distinction entre le virage « créatif » ou « culturel » dans l'économie en général, et les domaines économiques proprement associés à la créativité. En bref, dans les pays occidentaux industrialisés, la transition de l'économie de production à l'économie de service a mis l'accent sur la création, le marketing, la distribution et la transaction de valeurs symboliques plutôt que matérielles. L'importance est donc accordée au rôle de production de contenu et de conception de produits et de services plutôt qu'aux produits eux-mêmes pour générer une croissance économique durable. Avec la réalisation d'une valeur symbolique par l'attribution de la paternité d'une œuvre, d'un brevet d'invention ou d'une marque de commerce, les droits de propriété intellectuelle deviennent la pierre angulaire de ces économies transformées. Les droits de propriété intellectuelle représentent l'unique expression d'une idée pouvant conférer le monopole ou l'autorisation collective sur la reproduction d'une œuvre pour une période dans un intervalle donné.

L'une des conséquences tangibles du virage dans l'économie générale de la valeur matérielle à la valeur symbolique est l'accumulation des profits. On en retrouve des preuves dans les budgets des services de marque et de marketing d'entreprises, où l'on en remarque une augmentation tandis que la production est octroyée à contrat et(ou) acheminée vers des pays en développement. Cet important virage se reflète aussi dans l'expérience des travailleurs et des employés dans tous les secteurs de l'économie, lesquels se retrouvent dans des conditions de travail maintenant très semblables à celles dans lesquelles les artistes et les créateurs ont toujours vécu et travaillé. Cette expérience comprend des niveaux plus élevés de travail autonome, de travail de projet en série et de travail temporaire, d'insécurité et de précarité d'emploi, d'exigence en fait de souplesse, de même que la « déprofessionnalisation » ou la « reprofessionnalisation » du travail avec tous leurs bienfaits en matière d'autonomie et leurs fardeaux, sans oublier le besoin constant de poursuivre son apprentissage toute sa vie durant. Par conséquent, la thèse du présent document est que l'importance des arts et des activités de création repose aujourd'hui sur le fait qu'ils constituent un séismographe pouvant prévoir les plus grandes perturbations, les possibilités et les nouveaux développements dans le monde du travail et dans la société en général.

Bien que de nombreux documents aient été produits sur l'économie des « industries culturelles » et des « arts » depuis les années 1930, ce n'est que depuis qu'une attention accrue est portée au rôle des sciences et de la technologie dans l'essor de l'innovation dans l'économie au cours des années 1990, que nous avons vu une transition dans la priorité des politiques des « vieilles » industries culturelles aux « nouvelles » industries qui reposent sur les logiciels interactifs et Internet. La convergence des techniques numériques de création, de diffusion et de sauvegarde a précipité la venue de transformations fondamentales aux modèles traditionnels de conduite des affaires. Par exemple, l'émergence du partage de fichiers d'égal à égal a révolutionné la distribution d'enregistrements sonores. De même, la perte d'une démarcation claire entre le film et les

jeux vidéo et d'autres formes anciennement distinctes de contenu a obligé les industries culturelles concernées à repenser les stratégies de base relatives à la production et à la vente de leurs produits.

Dans le passé, le gouvernement travailliste de Tony Blair a été le premier en 1997 à utiliser le terme « industries créatives » pour désigner les « nouvelles » industries culturelles et établir un secteur officiel d'élaboration de politiques, explorant une définition plus vaste du domaine et son potentiel pour créer des emplois et stimuler la croissance économique. Depuis ce temps, d'autres gouvernements de pays occidentaux et de l'Asie ont mis de l'avant des initiatives de recherche sur l'économie créative. On peut donc conclure que le R.-U. (*Creative industries mapping document*, 1998 et 2001) et l'Australie (*Creative cluster study*, 2003) sont des chefs de file dans l'avancement et la promotion de l'idée d'une économie créative. Plusieurs pays européens, l'Europe en tant que région ainsi que des villes et des états de l'Asie ont également lancé des initiatives explicites consacrées à l'exploration de l'économie créative².

Dans les documents d'orientation traitant de l'économie créative, la « créativité » n'est pas définie de façon explicite. Elle est rarement considérée comme étant distincte des termes « industrie » ou « économie ». Le dernier document d'orientation sur les industries créatives rédigé par le gouvernement du R.-U. (février 2008) en est un récent exemple. On y décrit le but de l'initiative nouvellement introduite d'éducation en arts comme étant de fournir à « nos industries créatives un bassin sans précédent de talents créatifs » (*Créative Britain. New Talents for the New Economy*, p. 6). Toutefois, hormis l'utilisation principalement instrumentale du terme – compte tenu des questions de politique concernant la façon dont l'économie peut tirer profit de la créativité – on peut y relever une compréhension plus complexe et intégrée de la créativité. Cette notion plus nuancée de la créativité vise plus particulièrement les grappes et les villes où l'on retrouve une économie créative (comme dans le document vert répartissant l'économie créative des régions nordiques, *Creative economy of the Nordic counties*, 2007). Celle-ci consiste principalement en des réflexions sur le rôle qu'un milieu créatif – l'accès à l'infrastructure culturelle, aux espaces culturels (ou incubateurs), aux commodités du mode de vie associé et à une atmosphère multiculturelle ouverte – peut jouer en vue d'attirer des créateurs à certains endroits pour « démarrer » leur agglomération dans des grappes d'industries créatives³.

² On retrouve des documents officiels évaluant l'économie créative au Danemark, en Allemagne, en Autriche, en Australie, au Singapour, en Nouvelle-Zélande, pour la région de la Catalogne en Espagne, aux Pays-Bas, pour la région de la Flandre en Belgique, au sein de l'Union européenne et au Canada. Tous les documents de répartition sont récents, datant de l'année 2000 ou après (voir l'annexe A pour les détails).

³ Le travail de projet est un système de main-d'œuvre temporaire constitué par des individus plutôt que des entreprises, qui peut ressembler ou non à d'autres formes de production souples comprises dans des réseaux ou des zones d'entreprises. De façon générale, on reconnaît qu'il reste une dimension spatiale au travail de projet tel qu'il est présenté dans les industries des nouveaux médias, par exemple, malgré les possibilités virtuelles du domaine. Des raisons peuvent ressortir de la nature fortement axée sur les transactions des projets en série, le besoin de stimuli créatifs et l'accès à une formation spécialisée. Voir à ce sujet Susan Christopherson (2004).

Deux discours entrelacés prévalent dans les documents d'orientation émergents. D'un côté, le terme « créativité » est utilisé comme une marque qui distingue les régions, les nations ou les villes comme étant modernes et « in », l'exemple le plus marquant étant l'aspiration du R.-U. à devenir la « Mecque créative du monde » (Schlesinger, 2007; www.culture.gov.uk). D'un autre côté, un raisonnement néo-libéral orienté sur l'économie conceptualise les politiques pour les industries créatives plutôt étroitement comme la facilitation des activités commerciales ou de l'expansion du commerce en matière de « divertissement éducatif » (Schlesinger, 2007; Cunningham, 2005; Hartley, 2005). Une perspective plus nuancée de la créativité doit être adoptée. La créativité est une force humaine complexe qui requiert un degré d'autonomie et d'indétermination afin qu'elle puisse agir à titre d'outil qui ajoute une valeur dans des contextes économiques et culturels. Une telle perspective, beaucoup plus holistique, bien que rare, pourrait donner lieu à des interventions administratives plus proactives (Crossick, 2006). Conséquemment, les initiatives et les instruments d'orientation qui visent l'économie créative reposent fortement sur les politiques économiques conventionnelles et moins sur les politiques ou les instruments traditionnels des arts établis précisément pour les industries créatives.

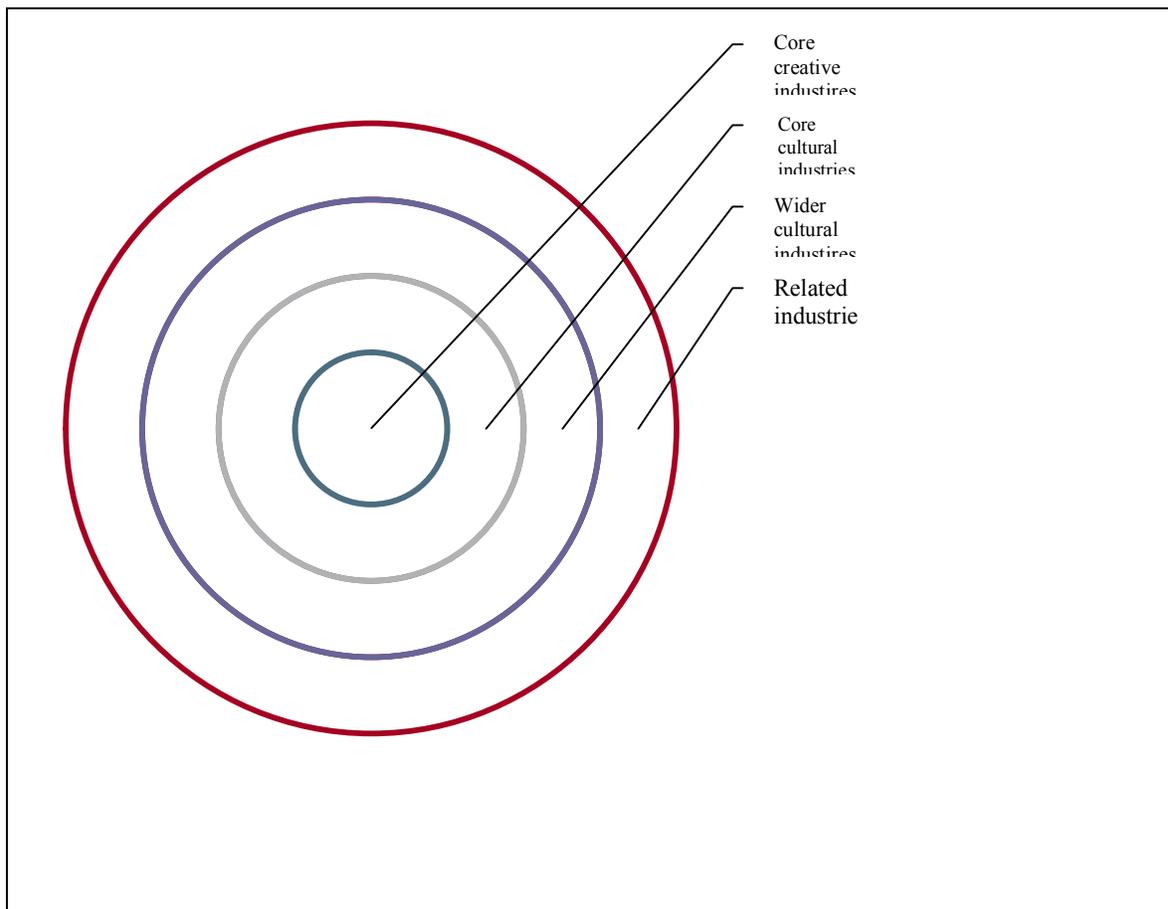
Délimitation du domaine

Pour terminer, nous explorerons la question de savoir de quels domaines économiques l'économie créative se compose-t-elle. La réponse à cette question détermine les types de politiques suggérées et approfondies. Par exemple, le ministère de la culture, des médias et des sports du R.-U. inclut le design, le cinéma et la vidéo, la télévision, le commerce d'antiquités, les services informatiques, la publicité, l'architecture, les arts du spectacle et l'artisanat dans sa liste d'industries dont les droits de propriété intellectuelle peuvent être exploités. L'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI), utilisant un raisonnement similaire, définit l'économie créative comme les industries qui participent à la création d'œuvres protégées par le droit d'auteur, alors que l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO) la décrit comme les biens et services culturels qui entrent dans le commerce international. Toutefois, en vue de formuler des recommandations en matière de politique, les modèles qui ne sont fondés que sur un aspect particulier de l'économie créative, ou qui se contentent d'énumérer différentes industries et disciplines sans les regrouper en catégories, ne sont pas très utiles. De notre côté, nous préférons les modèles qui permettent une classification des divers secteurs au sein de l'économie créative.

Dans ces modèles, le terme « économie créative » inclut en général les arts à titre d'entreprise non commerciale ou semi-commerciale, ainsi que les formes industrialisées de créativité désignées sous le nom d'« industries culturelles » ou d'« industries créatives ». On ne s'entend pas très bien sur ce qui constitue une « industrie créative », ce qui a des conséquences fondamentales sur l'importance économique, au niveau du taux d'emploi et du PIB, de l'économie créative. Par exemple, l'inclusion du développement de logiciels, des secteurs de la recherche et du développement ou de l'industrie des jouets ou des jeux augmente considérablement la taille du marché de l'économie créative par rapport à d'autres secteurs économiques. Parallèlement, ces inclusions font des arts

traditionnels un élément mineur de l'économie créative. Souvent, le patrimoine est complètement exclu du secteur de l'économie créative : une position absurde compte tenu de l'importance du marché des artefacts culturels. Quant à savoir comment la direction de l'afflux de créativité – comme processus d'ajout de valeur – entre les arts traditionnels et les industries culturelles est conceptualisée est une autre question importante. Pour ce faire, il faudrait mettre les arts « purement » du spectacle et visuels au centre d'un modèle d'économie créative, comme étant à l'origine de la créativité, tel que l'a fait l'économiste culturel David Throsby dans son modèle de cercles concentriques (voir la figure 1 ci-dessous).

Figure 1 : Modèle des cercles concentriques d'industries créatives⁴



Principaux arts de création

Littérature, musique
Arts du spectacle
Arts visuels

Principales industries culturelles

Cinéma
Musées
Bibliothèques

Industries culturelles secondaires

Services aux organismes patrimoniaux
Édition
Enregistrements sonores
Télévision et radio
Jeux vidéo et d'ordinateur

Industries connexes

Architecture
Publicité
design
Mode

⁴ Figure créée d'après Throsby (2001, p. 112) et Flew (2002, p. 135).

Les nombreuses modifications resserrant l'idée de la culture comme moyen de production créative de produits non culturels rendent ce modèle identique à celui adopté dans le cadre d'un examen récent des politiques nationales pour les industries créatives, plus particulièrement en Europe, et de documents de recommandations de principe pour les pays du Nord de l'Europe (*A creative economy green paper for the Nordic region*, 2007, p. 14; *Quick scan of national policies*, p. 8). Le modèle de Throsby doit également faire face à une certaine résistance (Flew, 2002) pour ses relents de vieille politique « élitiste » sur les arts établissant la hiérarchie des disciplines. Toutefois, les auteurs en accord avec Throsby soutiennent que sans l'histoire initiale, le libretto ou la conception de l'image aucune production audiovisuelle ne peut être réalisée. Prenons par exemple le cas du processus de création. Bien qu'il y ait eu une tendance à structurer le domaine télévisuel qui protège par droit d'auteur un concept et un processus de production (et non l'expression créative même de celui-ci), cette structure est d'abord mise sur papier, conçue et protégée par une marque de commerce d'une façon qui considère la discipline à l'origine du concept (dans le présent cas, les auteurs) comme le facteur causal. En d'autres mots, en utilisant la convention de l'expression créative comme processus de formulation, de fixation et de valeur ajoutée, inévitablement les disciplines de base de l'art sont les moyens de production dans les formes complexes ultérieures d'organisation de l'industrie⁵.

Un modèle qui serait diamétralement opposé à cette position pousserait les arts traditionnels en périphérie ou dans une sphère autonome parallèle tout en considérant toute culture produite commercialement – comme les industries des médias traditionnels et nouveaux, les entreprises musicales, la publicité et le marketing – comme le cœur d'un modèle d'économie créative (Hesmondhalgh, 2007). Bien que ce dernier constitue un important point de départ pour un concept d'économie créative qui combine créativité et pouvoir économique, les cercles concentriques semblent inclure les approches traditionnelles en matière de politiques sur les arts. Il y a toutefois un problème lorsqu'on n'attribue que des qualités non industrielles aux arts du spectacle ou qu'on conceptualise les anneaux concentriques comme Throsby semble le faire. Comme le prouve la réinvention du modèle de l'industrie musicale, les concerts et les prestations en direct (se trouvant au centre des cercles concentriques de Throsby) jouent maintenant un important rôle pour compenser la très forte demande en musique dans Internet (ou les anneaux deux et trois) et présentent des caractéristiques plus classiques de marketing des produits. Par conséquent, les différents cercles devraient être considérés comme étant perméables et permettre une certaine souplesse dans leur continuité. Une autre façon de structurer ou de changer notre perception des politiques pour l'économie créative consiste à faire référence aux différentes « phases » de la chaîne des valeurs des biens et services de création. Ce modèle correspond vaguement aux anneaux du modèle de Throsby, du fait que la phase de la « création initiale » correspond à l'anneau central. Les anneaux deux et trois peuvent tous deux renvoyer aux phases de production et d'exécution ou de distribution. Toutefois, le quatrième anneau/cercle (industries connexes) ne correspond pas à la phase de consommation ou de cocréation dans la chaîne des valeurs culturelles.

⁵ L'argument de Caves (2000) concernant les modèles simples et complexes de production culturelle confirme également la thèse avancée par Throsby.

Figure 2 : Chaîne des valeurs culturelles



La chaîne des valeurs pourrait être un bon concept pour s'attaquer à la fausse dichotomie entre la « pureté » et l'« industrialisation » de l'art et de la culture suggérée ci-dessus – simplement en les considérant comme *différentes* étapes du *même* processus de création précommercial, commercial et postcommercial à l'intérieur de chaque anneau du modèle de cercles concentriques, chacune ajoutant une valeur au produit. Bon nombre de critiques soutiennent qu'à mesure que nous nous éloignons de la création initiale et que nous nous approchons de la réification, la valeur économique s'accroît alors que la valeur artistique décroît. Par contre, le consommateur est de plus en plus en mesure de contribuer activement et de façon interactive au développement du produit et peut « intervenir » vers la fin du processus pour y apporter une nouvelle créativité. Peu importe les débats concernant la conception des modèles d'économie créative, l'hypothèse généralement reconnue veut que les processus d'évaluation culturelle et d'évaluation économique, bien que différents, sont étroitement imbriqués et mutuellement complémentaires (Grant et Wood, 2004, p. 44-45; Throsby, 2001).

Hormis la question de savoir quel domaine devrait se trouver au centre d'un concept d'économie créative, « irradiant » vers d'autres domaines « moins créatifs », un autre problème se présente quant à savoir où l'influence de la créativité prend fin ou à quel point la créativité peut être plus « dense » ou s'« intensifier » ou être « diffuse » ou « partielle ». Nous en revenons donc à la tension entre les arts dans un sens plus strict et la créativité en tant que phénomène perméable à l'économie dans son ensemble, y compris les secteurs privé et public ainsi que l'économie non lucrative. Dans ce cas, le modèle de droit d'auteur de l'OMPI séparant les principales industries du droit d'auteur (mettant les arts visuels et du spectacle et la musique à parité avec le cinéma, la vidéo et la télévision) est utile pour déterminer les niveaux d'originalité de titre et séparer logiquement la création, l'adaptation et l'exécution. L'OMPI dénote le rôle des industries interdépendantes qui ont recours au droit d'auteur (qu'il considère comme des intrants ou des extrants) et des industries qui ont recours « partiellement » au droit d'auteur, comme le design et l'architecture. L'utilisation d'une définition fortement élargie du domaine par le gouvernement du R.-U. (voir la [page 5](#) du présent document) est donc prématurée. Cette définition ne tient pas compte de la distinction entre la production intense de propriétés intellectuelles (secteurs primaires et secondaires ou invention, adaptation et mimétisme) ni des différences dans les chaînes de valeur respectives des sous-secteurs. Plus important encore, elle exclut le sous-secteur du patrimoine et embrouille les secteurs de l'audiovisuel comme les nouveaux médias qui présentent un contenu esthétique manifeste avec d'autres applications logicielles.

Pour des raisons pratiques et à la lumière de recommandations de principe, nous devrions établir fermement l'économie créative comme un secteur distinct et unique de l'économie. Pour ce faire, nous devons élargir les conceptions existantes de l'économie

créative – notamment en ce qui concerne l'*économie* – tout en les resserrant – notamment en ce qui concerne la *créativité*. Nous venons tout juste de rejeter la définition officielle du gouvernement du R.-U. en raison de son *inclusion expansive d'un trop grand nombre de disciplines et de secteurs* de l'architecture aux logiciels sous la rubrique de l'« économie créative ». Par ailleurs, la définition que donne le R.-U. des industries créatives – comme étant des « industries basées sur la créativité, les qualités et le talent individuels » qui ont « le potentiel de créer la prospérité et des emplois en ayant recours à la propriété intellectuelle » (*Creative industries mapping document*, 1998) – nous permet d'illustrer où nous aimerions voir un *élargissement* de la définition. Nous devons approfondir cette perception conventionnelle de l'économie axée sur les opérations commerciales privées dans le seul but de produire des revenus et inclure le secteur public, les partenariats public-privé et l'économie sociale dans nos réflexions sur la relation entre l'expression créative et la valeur économique. L'économie sociale consiste en une vaste gamme d'activités volontaires à but non lucratif menées par des entrepreneurs et des artistes.

Pour revenir au terme « créativité », nous ne l'utilisons pas pour désigner un principe qui conditionne de plus en plus les activités dans le milieu du travail. Le fait de voir l'industrie créative intégrée dans l'économie du savoir et la société de l'information, bien qu'elle soit très différente des deux, nous permet d'établir une série faite sur mesure d'indicateurs pour contrôler sa croissance ainsi qu'un fondement à partir duquel nous pourrions élaborer des politiques efficaces. Dans le présent document, nous nous limitons aux activités économiques, qui comprennent l'adaptation et la promotion de textes symboliques (généralement définis comme des textes, des images et des sons), et aux questions relatives au design. Ici, la définition restreinte des *industries culturelles* utilisée par le Conference Board du Canada à l'occasion de sa première table ronde en mars 2008 est un point de départ utile. Ces industries sont vues comme « l'édition de livres, de périodiques et de journaux, les enregistrements sonores, la radiodiffusion et la télévision, les médias interactifs (jeux vidéo, musées en ligne, apprentissage en ligne avec un contenu culturel) » (www.conferenceboard.ca). Cependant, nous aimerions élargir la définition que donne le Conference Board du Canada des *arts*, définis comme « les arts du spectacle, les arts visuels et les festivals », en y incluant les écoles des beaux-arts et les services aux organismes patrimoniaux (musées, galeries et bibliothèques).

En revenant sur nos notions de la « créativité » et de « l'économie », nous pouvons dire que le défi consistera à marier la formation de capital social et les notions de sécurité créative collective avec le dynamisme de l'économie créative (Flew, 2002, p. 355). Pour y arriver, il nous faudra un concept plus large. Toutefois, nous aimerions d'abord examiner la taille du secteur de la création pour en préciser l'importance croissante.

Déterminer la taille du secteur de l'économie créative

Les données comparatives sont difficiles à trouver parce que chaque pays/région a une compréhension différente quant à savoir quels secteurs et emplois appartiennent à l'économie créative. Par exemple, l'UE mesure le taux d'emploi dans le domaine culturel en incluant non seulement les personnes qui exercent une fonction culturelle au sein du

secteur culturel – l’approche plus exclusive du Canada – mais aussi celles qui font un travail de nature culturelle dans un autre secteur de l’économie, ainsi que celles qui travaillent dans le secteur culturel, mais dont les fonctions n’ont rien à voir avec la culture ou la créativité (*Contribution économique de la culture au Canada*, 2004, p. 15; *The economy of culture in Europe*, 2006, p. 73).

En 2002, la contribution au PIB des activités culturelles, selon la définition restreinte que donne de ce secteur le Conference Board du Canada, s’élevait à plus de 39 milliards de dollars au Canada, une augmentation de 31,7 p. 100 par rapport à 1996, dépassant la croissance globale de l’économie canadienne et représentant 3,8 p. 100 du PIB en 2002 (*Contribution économique de la culture au Canada*, 2004, p. 10). Ce taux de croissance semble plus élevé que celui de l’UE, qui était légèrement inférieur à 20 p. 100 entre 1999 et 2003 (*The economy of culture in Europe*, 2006, p. 6). La contribution au PIB à l’échelle de l’Europe n’était que de 2,6 p. 100 en 2003, alors que plusieurs pays européens, comme la France, le R.-U., la Norvège, la Finlande et le Danemark, présentaient des taux individuels supérieurs à 3 p. 100 (idem, p. 66).

Tableau 1 Comparaison du nombre d’emplois et de la contribution au PIB à l’économie globale
(périodes : de 1999 à 2001 pour les chiffres canadiens; de 1999 à 2003 pour les chiffres de l’UE et les autres pays de l’Europe)

	Emplois (%)	PIB (%)
Canada	3,9	3,8 ⁶
Union européenne	3,1	2,6
Allemagne	3,2 (incluant le tourisme culturel)	2,5
France	2,5 (incluant le tourisme culturel)	3,4
Royaume-Uni	3,8 (incluant le tourisme culturel)	3,0

Sources : *The economy of culture in Europe*, 2006 (p. 67, 81); *Contribution économique de la culture au Canada*, 2004 (p. 60).

Économie créative ou écologie créative?

Le concept d’industrie créative (ou, pour utiliser un terme plus ancien, culturelle) des années 1990 s’est étendu à l’économie créative (Howkins, 2001, Leadbetter, 2000, Florida, 2002), et maintenant aux régions créatives et villes créatives sous l’influence de la microéconomie et de la théorie des systèmes d’innovation. Le théoricien Charles Landry (2000), inventeur du Festival of Light d’Helsinki, et d’autres des disciplines de l’urbanisme et de la géographie culturelle étudient comment l’innovation

⁶ Il est permis de croire que si l’on élargit la définition de la culture pour y inclure les loisirs, les sports et le tourisme culturel, la contribution au PIB pourrait s’élever jusqu’à 54 milliards de dollars (Culture et loisirs, www.41.stacan.ca/2007/3955/ceb3955_000_e.htm).

technologique peut émerger d'un milieu urbain culturel et institutionnel qui favorise l'innovation et l'expérimentation : le lieu de l'économie d'apprentissage sur le terrain (Flew, 2005). Le milieu créatif est défini comme « un espace commun et une tradition dans lesquels on peut apprendre, faire des comparaisons, se faire concurrence et collaborer et grâce auxquels des idées peuvent être proposées, élaborées et disséminées ». Le mouvement des « villes créatives » est surtout européen, mais il a déjà été adopté dans le Réseau des villes créatives du Canada (établi en 1998) et reçoit l'appui de programmes du ministère du Patrimoine canadien, p. ex. Espaces créatifs Canada. Le mouvement consiste à re-imaginer l'espace urbain local dans un contexte concurrentiel mondial (Pratt, 1994) et souvent la capacité d'attirer des travailleurs, de créer des emplois et d'accroître la production dans le secteur des industries créatives (Sassen, 2005), réfutant la « mort de la distance » ou l'évanouissement du point d'intérêt des synergies « face à face » dans les processus de production créative. On pourrait même dire que le district ou le quartier culturel dans la nouvelle géographie urbaine est à l'origine du concept des « grappes » dans l'étude des nouveaux réseaux de production et jette les fondements du style, du son ou de l'allure caractéristique pour lesquels une ville peut se faire connaître⁷. Alors que « cool Britannia » s'est effondré assez rapidement en Angleterre, les initiatives singapouriennes comme « Renaissance City » et « Masdar » des Émirats arabes unis persistent.

Les textes de politique semblent accepter que les villes créatives nécessitent un cadre stratégique cohérent établi dans le contexte culturel afin de permettre l'épanouissement de la créativité (Robinson, 2006; Landry, 2005). Tout comme Throsby, les géographes culturels répartissent la ville dans l'espace en une série de cercles concentriques, souvent définis en fonction des prix de la propriété, des services de haute valeur ajoutée comme les finances, des institutions culturelles et des administrations centrales des organisations de l'industrie culturelle co-implantées autour d'une version contemporaine de la piazza ou de la place publique. Les points d'ancrage de ce lieu ou district comprennent souvent un marché ou un restaurant, une bibliothèque publique, une galerie ou un musée d'art, une salle de spectacle ou un studio cinématographique. Tout autour de celui-ci se trouve l'anneau « fourmillant » de services créatifs et d'industries créatives connexes qui comprennent des entreprises de publicité ou de promotion, de design, de multimédias, des artistes et des petites galeries. De même, l'expérimentation avec les « zones d'entreprises créatives » pour soutenir les sites d'incubation à une valeur inférieure au taux du marché pour assurer la subsistance des artistes et des ateliers qui constituent l'« âme » de la culture continue de faire partie de l'équation (Landry, 2005).

Il faut changer notre façon de voir le paysage urbain en nous éloignant de l'infrastructure physique pour nous rapprocher des forces dynamiques urbaines et de la santé et du bien-être général de ses résidents, un changement dans lequel Landry voit la ville comme un organisme. Il précise :

⁷ David Hesmondalgh et Andy Pratt applaudissent Hans Mommass pour sa critique des discours sur les villes créatives concernant le marketing de l'endroit, l'entrepreneuriat, l'innovation, la remise en état des bâtiments abandonnés et la stimulation de la diversité culturelle et de la démocratie.

« L'approche de la ville créative, par conséquent, ne considère pas les politiques en fonction de secteurs. Son but est de voir comment le bassin de ressources culturelles connues peut contribuer au développement intégré d'une localité. En plaçant les ressources culturelles au centre du processus d'élaboration de politiques, des relations interactives et synergiques sont établies entre ces ressources et tout type de politique publique – dans des domaines allant du développement économique au logement, en passant par la santé, l'éducation, les services sociaux, le tourisme, l'urbanisation, l'architecture, la conception des paysages urbains et les politiques culturelles elles-mêmes. Les responsables de l'élaboration des politiques dans tous les domaines ne devraient pas recourir à un simple utilisation instrumentale de la culture comme outil pour atteindre des buts non culturels. » (Landry, 2000, p. 175.)

Essentiellement, les industries créatives doivent trouver les arguments culturels et économiques dans un contexte de culture urbaine, également un produit d'une division du travail et d'un ouvrage de création (O'Connor, 2005). Par conséquent, il faudra avoir recours à une approche holistique intégrée de la créativité⁸. Cette approche intégrée est souvent appelée « écologique ». Une écologie culturelle reconnaît que la notion d'industries créatives élargit la base sociale de la culture d'entreprise, caractérisée principalement par :

- des individus et des entrepreneurs créatifs;
- des petites et moyennes entreprises;
- des activités précommerciales (ou anticommerciales) et commerciales;
- des nouveaux rapports de partenariat public-privé;
- une infrastructure sociale et culturelle complexe;
- des charges de production locales et mondiales.

Une approche d'écologie culturelle présente un défi complexe en ce qui concerne la régulation des politiques culturelles. Un pays qui entreprend un virage créatif doit déployer des efforts ciblés et considérables en vue d'assurer la coordination entre des organismes hautement décentralisés et au sein de ceux-ci, ainsi que pour trouver les ressources nécessaires. L'établissement d'une infrastructure créative dans son sens le plus large nécessite la coopération d'un grand nombre de parties concernées (Roodhouse *et al.*, 2004). Le bien-fondé d'une approche d'écologie créative devient encore plus évident, tel qu'en fera état l'exposé suivant sur le travail de création. La démarcation entre les sous-secteurs est floue et instable. La nature de la main-d'œuvre est changeante. C'est pourquoi il est d'autant plus nécessaire et productif d'adopter une approche plus généralisée que réductive et spécialisée du développement du secteur de l'économie créative dans son ensemble (*Facing the Future*, 2002).

⁸ Landry, empruntant de Matarasso, suggère une échelle sensible pour évaluer la capacité de la politique de la ville créative qui peut facilement être adaptée aux systèmes nationaux (2000, p. 234-235).

Créativité et travail

Alors qu'une grande attention a été portée à la théorie économique de la nouvelle économie créative dans les cercles universitaires et politiques, une moins grande importance a été accordée au processus changeant du travail de création. Il est généralement reconnu que les pratiques créatives des industries de création exigent maintenant une plus grande interactivité et une hybridation accrue, de nouveaux sites et de nouvelles formes de production, des plates-formes multiples d'exécution, une synergie promotionnelle ainsi que la mise en œuvre d'un plus grand nombre de projets en série. Toutefois, une récente analyse rapide de plus de 1000 politiques dans 18 pays menée par le European Institute for Comparative Urban Research (*Quick scan of national policies*, 2007) n'a fait état d'aucune politique sur la main-d'œuvre créative, hormis un soutien à l'entrepreneuriat. Cependant, on ressent un besoin croissant d'adapter les politiques sur la main-d'œuvre générale et spécialisée dans la nouvelle économie.

L'expérience des personnes qui travaillent dans les industries *créatives* aujourd'hui est généralement perçue de par le monde comme un ensemble de caractéristiques distinctes regroupées sous l'idée prédominante de la nouvelle « souplesse » au travail. La souplesse et l'indétermination peuvent être vues d'une façon positive (favorisant la créativité) autant que négative (restreignant la créativité). Les descriptions de la main d'œuvre créative allant d'optimistes à neutres dans les recherches universitaires font état des possibilités et des libertés croissantes qui s'offrent aux créateurs par suite de l'émergence des technologies numériques et de la mondialisation des marchés. Mark Deuze mentionne qu'il y a moins de hiérarchies dans le travail de création et davantage de collaboration – avec des collègues et les « auditoires » des produits et des services de création (2007). Les groupes de travail semi-permanents, les emplois temporaires et le travail à la pige pour différents employeurs sont maintenant la règle. Les créateurs circulent au sein des industries créatives, plus au moins en tant qu'agents libres (Throsby, 2001). Hartley (2005) mentionne également que la nature interactive, hybride et interdisciplinaire – l'emploi de travailleurs compétents dans des disciplines variées pour remplir différentes fonctions – du travail contemporain de création exige un plus haut niveau d'instruction dans divers répertoires culturels (2005).

La mondialisation et les technologies numériques n'ont pas seulement multiplié les possibilités pour la création, la production et la distribution de biens et de services culturels, elles ont également rendu la vie difficile à de nombreux créateurs. L'autonomie et la souplesse accrue qu'exige la vie au travail pour les créateurs sont lourdes de conséquence pour la sécurité du revenu. Les contrats temporaires avec des employeurs changeants ou multiples signifient qu'il peut être très difficile d'adhérer aux régimes de retraite et de sécurité de vieillesse des entreprises. Dans le même ordre d'idées, les créateurs autonomes ne peuvent pas prendre de congés parentaux et doivent habituellement payer les contributions de l'employeur aux régimes d'assurance (Layton, non daté). De même, l'organisation de la main-d'œuvre du secteur culturel est extrêmement difficile dans une « société de réseaux » où non seulement les liens entre l'employeur et l'employé sont faibles, mais aussi ceux entre les employés – qui, la plupart du temps, ne se connaissent même pas parce qu'ils travaillent à la pige de la

maison pour différentes entreprises (Rossiter, 2003; Mosco & McKercher, 2007; McRobbie, 2005). À une époque où toutes les démocraties occidentales industrialisées ont considérablement rapetissé le filet de sécurité sociale, le cheminement de carrière des créateurs est de plus en plus imprévisible (Calabrese & Burgelman, 1999). Parce que les entreprises ont eu de plus en plus de difficultés à obtenir des travailleurs compétents dans certains centres de la technologie de l'information, une plus grande attention analytique a été portée sur la main-d'œuvre (Scott, 2000; Christopherson, 2004).

Parce que l'économie créative est principalement considérée comme une économie axée sur les projets et caractérisée par les relations d'emploi temporaires, l'importance en matière de compétence est accordée à la diversité, et non à la spécialité, dans ce que les observateurs appellent un « monde créatif accéléré » (McRobbie, 2005) d'invention et d'innovation. Les compétences multiples et la nature multidisciplinaire de la pratique suggèrent que la sociologie traditionnelle de l'organisation professionnelle qui sous-tend les négociations collectives s'effrite. Il devient plus difficile dans le secteur culturel que dans d'autres secteurs de l'économie, d'avoir des organisations ouvrières qui peuvent représenter la main-d'œuvre, s'engager dans des négociations collectives et améliorer les conditions de travail.

Par ailleurs, une nouvelle division internationale de la main-d'œuvre ne facilite en aucun cas l'atteinte de ces buts. Considérant que la création de produits culturels prend généralement place dans les pays occidentaux industrialisés, il y a une tendance pour établir ou transférer la production de ces produits dans des pays à bas-salaires en Asie (Mosco & Stevens, 2007). Par exemple, les idées pour certains films d'animation par ordinateur sont inventées à Hollywood, mais techniquement converties en films à Taïwan (Day, 2007). Cette situation, en plus de rendre quasiment impossible la syndication des personnes qui travaillent sur le même produit, veut dire que les personnes qui produisaient de tels films à Hollywood avant que leur production soit transférée ailleurs peuvent se retrouver sans emploi. Les réformes politiques néo-libérales entreprises dans plusieurs pays ont souvent eu pour but d'éloigner les politiques sur la main-d'œuvre d'un modèle de sécurité sociale universelle (comme le laisse entendre le terme assurance-chômage, par exemple) en faveur d'un modèle d'emploi et de soutien gouvernemental ciblé. Toutefois, des variations notables subsistent dans les identités professionnelles et la vie au travail des travailleurs culturels dans l'ensemble des économies avancées (Christopherson, 2004).

Un récent sondage de la main-d'œuvre culturelle menée par la firme de consultation internationale Mercadex en 2002 pour le Conseil des ressources humaines du secteur culturel (CRHSC)⁹ a révélé que le secteur culturel affichait d'importants atouts. Ces atouts sont les suivants :

- la diversité des personnes et des activités du secteur;
- la passion, la motivation, la compétence et la ténacité des travailleurs du secteur;
- l'impact économique du secteur;
- les liens étroits et soutenus du secteur avec plusieurs autres secteurs industriels;

⁹ Un organisme à but non lucratif créé en 1995 qui rend compte au ministre du Travail.

- la capacité du secteur de maintenir et d'accroître ses activités dans des circonstances difficiles.

Les plus importantes caractéristiques du secteur culturel sont les suivantes :

- un taux élevé de travailleurs indépendants/autonomes;
- un taux élevé d'organisations à but non lucratif;
- un taux élevé d'organisations indépendantes, dont la plupart sont de petite taille selon les normes en matière d'entreprise;
- un taux élevé de bénévoles;
- un faible taux de rémunération pour une main-d'œuvre hautement instruite;
- l'absence de plans de carrière clairement définis;
- l'offre de produits et services culturels très variés.

Dans un tel contexte, l'élaboration de politiques qui traitent des occasions de vie et des défis qui caractérisent la situation actuelle de la main-d'œuvre créative semble plus que nécessaire. Par contre, à notre connaissance, il n'existe actuellement aucun ensemble compréhensif et systématique de renseignements politiques concernant les tendances en matière de main-d'œuvre créative ni de politiques pour faciliter l'ajustement de la main-d'œuvre. Il faudrait envisager de se donner un tel but. Au moment où la créativité devient le paradigme prédominant du monde du travail (pas seulement pour les industries créatives), les politiques pour la main-d'œuvre créative d'aujourd'hui serviront de fondement d'avant-garde à la plupart des politiques du travail ou sociales du futur. Les deux dernières sections du présent document visent à établir une taxonomie assez extensive du travail de création au Canada, selon les données probantes disponibles.

À la recherche des ressources de l'innovation créative

Le *Creative Europe Report* argumente en faveur d'un changement complet de paradigme pour comprendre la nature de la régie de la créativité, qui transfère l'attention qui était portée à l'individu, au créateur ou à l'institution créatrice, vers les traits collectifs ou les processus changeants du travail de création. Il s'agit d'un appel impératif aux universitaires auquel les chercheurs en matière de politique et les défenseurs des arts doivent répondre (www.creativeeurope.info).

Une fois encore, il y a un manque flagrant d'ouvrages empiriques sur la nature actuelle de l'innovation créative dans les secteurs créatifs de base et secondaires au Canada, de même que partout ailleurs dans le monde. Toutefois, des travaux conceptuels préliminaires (Crossick, 2006) relèvent une différence fondamentale dans la façon dont le savoir est constitué. Cette vision constructiviste rejette les modèles simples de transfert du savoir ou de la technologie, se tournant plutôt vers un mode d'innovation qui requiert des « conversations créatives » face à face, des occasions à petite échelle et la proximité à une communauté de pratique. Le travail sur les grappes créatives (Panos, dans le *Creative London Report* de 2004) mentionne l'importance des écologies diverses de petites entreprises, d'artistes et amateurs individuels dans les milieux urbains, ainsi que

l'importance dans la planification culturelle de maintenir des espaces de vie et de travail abordables. Les loyers doivent être contrôlés afin que les artistes ne soient pas de plus en plus forcés à quitter les centres urbains et des espaces publics et mobiles doivent être protégés pour des répétitions, de même que les centres d'activité créative pour favoriser le mélange des talents et l'échange de connaissances nécessaires pour se ressourcer. De toute évidence, l'attention qu'il faut porter aux conditions physiques des espaces artistiques et créatifs passe à la tête de priorités des programmes d'action (la Fédération canadienne des municipalités a créé un énorme écart dans l'infrastructure culturelle, 2008, voir www.cultureandcommunities.ca).

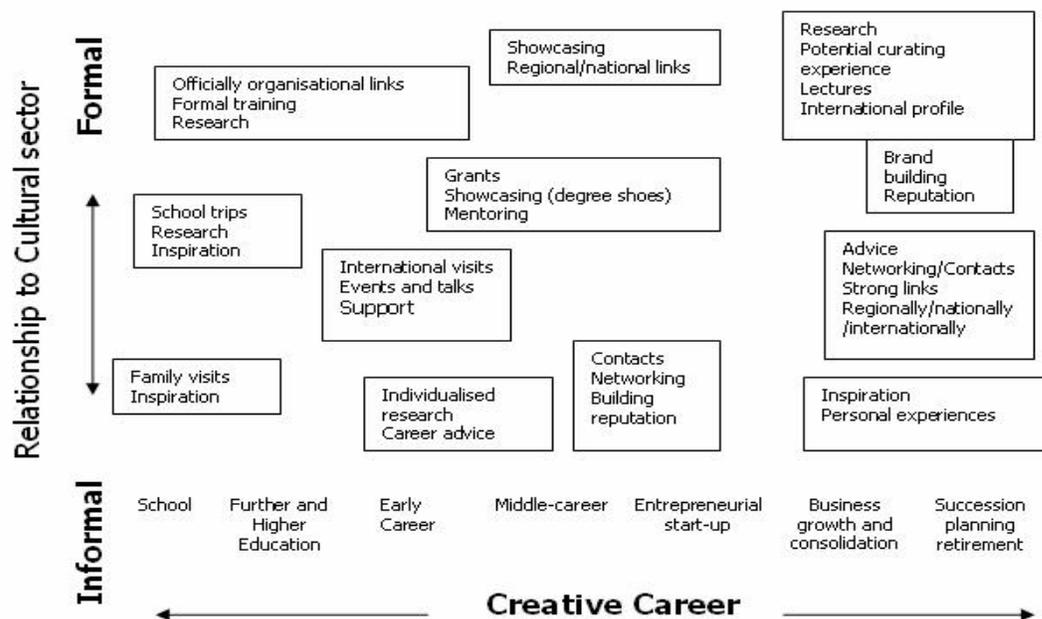
Par contre, la nature de la relation entre la pratique culturelle et la propriété intellectuelle est encore plus contestée. Vous vous souviendrez sûrement que l'un des principes de base de la vision mondiale de l'économie créative est que celle-ci enclenche l'exploitation de la propriété intellectuelle (R.-U., Singapour, Australie). Curieusement, compte tenu de la grande diffusion de ses points de vue, Richard Florida demeure silencieux sur le rôle que joue la propriété intellectuelle dans la constitution de la classe créative dans sa définition de cette dernière. Dans une étude de l'industrie de l'artisanat en Australie, Ned Rossiter estime que l'expérience quotidienne des artistes est, en fait, étrangère au régime de propriété intellectuelle : peu de créateurs possèdent les droits sur leurs propres créations. Les travailleurs individuels et ceux dans de petites entreprises, qui composent la majorité du secteur, sont rarement les bénéficiaires des accords de propriété intellectuelle. En fait, les aptitudes, ou la volonté, nécessaires pour négocier de tels accords, varient considérablement. Plusieurs artistes s'opposent au régime vertical, hiérarchique et commercialisé de la propriété intellectuelle et n'en voient pas la pertinence pour leur production à petite échelle. À titre de comparaison, d'autres arguments, comme ceux de l'Organisation internationale du travail (OIT), veulent que le statut de la profession d'artiste du spectacle pourrait être transformé par une utilisation plus systématique de contrats types et que les critères juridiques concernant les droits de propriété intellectuelle ne peuvent pas être mis de côté. En fait, les organisations des travailleurs des arts du spectacle essaient d'assurer une plus grande exploitation des droits dérivés pour les artistes du spectacle, en fait de vidéos, d'enregistrements sonores, etc. (OIT, 2004), après avoir été la principale victime du déclin du soutien financier aux arts publics partout dans le monde. Une plus grande attention doit être accordée au rôle de la propriété intellectuelle en milieu de travail et au statut qu'elle détient à titre d'architecture juridique et sociale qui régit les conditions de la production créative, de la satisfaction professionnelle, des relations employeur-employé et de la vie créative en général, et pour ses effets distributifs. On peut dire que l'argument de la propriété intellectuelle est moins important que la négociation et l'exécution entrepreneuriales, comme l'indique la saga canadienne du Blackberry avec RIIM.

Le créateur, l'interprète et le travailleur culturel du nouveau millénaire ont de plus en plus besoin de posséder des compétences multidisciplinaires qui ne sont pas directement liées à la discipline artistique ou au travail culturel, mais qui complètent plutôt l'ensemble général de compétences, tel qu'en affaires, que possèdent les travailleurs du secteur. Pour réussir et assumer un rôle actif dans la nouvelle économie, les travailleurs culturels doivent développer, en parallèle avec leurs compétences professionnelles, des

compétences générales et de gestion de carrière (*Facing the Future*, 2002). Celles-ci comprennent la capacité de comprendre et de négocier des contrats, de travailler activement, d'évaluer son progrès et de revoir ses objectifs (Harvey, 2002).

Aujourd'hui, un nombre grandissant de pays se penchent sur la question des réseaux d'éducation, de formation et de soutien professionnel dont ont besoin les créateurs individuels. Une attention particulière est également portée aux capacités des associations et des réseaux de professionnels d'accéder au développement des compétences nécessaire aux créateurs. La figure 3 illustre une façon intéressante de conceptualiser la façon dont différentes carrières se dessinent au sein de l'infrastructure culturelle.

Figure 3 : Carrières individuelles et l'infrastructure culturelle



1. Relation avec le secteur culturel
2. Officiuse
3. Officielle
4. Liens organisationnels officiels
 - Formation régulière
 - Recherche
5. Présentations
 - Liens régionaux/nationaux
6. Recherche
 - Possibilité d'expérience de conservateur
 - Conférences
 - Profil international
7. Création de marques
 - Réputation

8. Subventions
 - Présentations (remise de diplômes)
 - Mentorat
9. Voyages scolaires
 - Recherche
 - Inspiration
10. Visites internationales
 - Événements, activités et pourparlers
 - Soutien
11. Conseils
 - Réseaux d'entraide/contacts
 - Liens régionaux, nationaux et internationaux bien établis
12. Visites familiales
 - Inspiration
13. Recherche individualisée
 - Conseils sur la carrière
14. Contacts
 - Réseaux d'entraide
 - Constitution de réputation
15. Inspiration
 - Expériences personnelles
16. Études
17. Études complémentaires et supérieures
18. Début de carrière
19. Milieu de carrière
20. Démarrage dans l'entreprise
21. Croissance et consolidation d'entreprise
22. Planification de la relève et de la retraite
23. Carrière dans l'industrie créative

Source : *Creative Economy Infrastructure Report* fourni par le Creative Economy Programme du R.-U. (tiré de : www.cep.culture.gov.uk).

La main-d'œuvre temporaire

L'émergence des technologies de réseau a mené à une nouvelle « socialité » dans les cultures officieuses réseautées de production créative. L'« approvisionnement par la foule » est un moyen de plus en plus commun d'approvisionnement culturel, tiré de Myspace, de YouTube ou des aspirants qui auditionnent à de nouvelles productions télévisuelles de type « émission vérité » ou de « télé réalité ». Dans les premiers ouvrages des économistes Baumol et Bowen ou du théoricien culturel Bourdieu, on souligne que l'existence d'un vaste bassin d'amateurs prêts à travailler gratuitement a contribué au maintien de bas salaires dans le domaine culturel. Le virage vers une économie du savoir de réseau a posé des défis fondamentaux aux guildes, syndicats et organisations professionnelles, selon Manuel Castells :

« ... avec l'accélération du processus de travail (grâce aux nouvelles technologies de l'information et de la communication), la défense des travailleurs constitue toujours une préoccupation fondamentale : ils ne peuvent pas compter sur leurs employeurs. Le problème c'est que l'individualisation des relations entre la direction et les travailleurs rend l'utilisation des moyens traditionnels de défense, en fait de négociations collectives et syndicales, très difficile, sauf dans le secteur public. Ayant pris connaissance de cette situation, les syndicats trouvent de nouveaux moyens de faire pression, parfois sous la forme de boycottages de consommation pour faire valoir la justice sociale et les droits de la personne. De plus, les excès individuels de violence de travailleurs sans défense peuvent être considérés comme des formes de résistance. » (Castells et Ince, 2003, p. 29.)

De toute évidence, le travail non rémunéré est caractéristique de toute une gamme de producteurs culturels, de la jeune chanteuse canadienne Feist, gagnante d'un Grammy en 2008 qui offre ses services de chanteuse d'arrière-scène gratuitement dans les pubs locaux, à l'amateur local qui joue pour ses amis, en passant par le comptable bénévole qui siège au conseil des arts. Ulrich Beck décèle un lien entre ceux qui travaillent pour eux-mêmes – un mode de coordination qu'il attribue surtout aux « esthètes de la vie » – et leur besoin d'« épanouissement personnel ». Il poursuit en suggérant que de telles dispositions concourent à l'« autoexploitation » : « Les gens sont prêts à faire beaucoup de choses pour très peu d'argent, justement parce que l'avantage économique se réfracte individuellement et qu'une valeur opposée lui est même attribuée. Si une activité a une valeur supérieure en fait d'identité et d'accomplissement personnel, celle-ci peut compenser pour un plus faible revenu et même être plus avantageuse » (2000, p. 150). Le travail bénévole et les services en nature offerts par plusieurs artistes au sein du secteur culturel entrent également dans la catégorie de l'« autoexploitation ». La compréhension de l'étendue et de la contribution de cette main-d'œuvre gratuite est importante pour la valeur qu'elle ajoute à l'économie culturelle. Selon le CRHSC (2002) :

« L'utilisation excessive de bénévoles dans le secteur culturel, bien qu'indispensable dans un contexte de compression des ressources, agit comme une arme à double tranchant, contribuant à la stabilité comme à l'instabilité au sein du secteur. Selon plusieurs répondants, l'un des plus graves problèmes concernant le bénévolat dans le secteur réside dans le fait qu'on estime que les bénévoles obtiennent des emplois qui devraient normalement être occupés par des travailleurs rémunérés. En plus de réduire les possibilités d'emploi pour les travailleurs culturels, cela entraîne une sous-évaluation de ces emplois et une dilution du professionnalisme qui s'y rattache. »

Les statistiques culturelles canadiennes de même qu'européennes ne tiennent pas compte des contributions du travail sans but lucratif et bénévole ni des activités de bienfaisance. Par conséquent, l'économie soi-disant grise ou sociale – dont la production créative pourrait être considérée d'une grande valeur du simple fait qu'elle n'a pas pour but le gain pécuniaire – n'est pas incluse actuellement dans les réflexions sur les politiques pour le secteur des arts et de la culture. Toutefois, on est de plus en plus conscient à l'échelle internationale que la complexité entourant la culture et la créativité ne peut pas être mesurée adéquatement en se fondant uniquement sur le PIB et les chiffres d'emploi, et

que des recherches sont faites en vue d'améliorer les méthodes statistiques (*The economy of culture in Europe*, 2006, et www.worldvolunteerweb.org). Le Bureau international du Travail (BIT) envisage de développer un système de mesures pour évaluer ce secteur caché et sa contribution à la productivité économique d'ici 2009¹⁰. Les responsables de l'élaboration de politiques reconnaissent de plus en plus la contribution du travail de bénévoles comme étant essentielle au bien-être de toute société, mais jusqu'à maintenant, il y a un manque de données mesurables sur son volume, sa valeur et ses caractéristiques. Actuellement, seul le travail bénévole qui mène à la production de biens ou de services pour les entreprises de négoce ou sans but lucratif actives sur le marché (p. ex. certains établissements d'enseignement et hôpitaux) est pris en compte. À titre de comparaison, un modèle misant sur l'économie sociale se trouve à l'annexe D.

Conclusion

Le présent document offre une introduction au concept de l'économie créative. D'abord, nous avons décrit le « virage culturel » qui s'opère dans l'économie de pays et de régions industrialisées partout dans le monde. Le secteur des industries créatives doit jouer un rôle critique en influençant tous les autres secteurs au cours de cette transition de l'économie axée sur la production à l'économie de sens orientée vers l'établissement de marques et le marketing. Nous sommes ensuite passés aux points de vue exprimés actuellement dans divers documents d'orientation concernant l'économie créative. Les gouvernements du R.-U. et de l'Australie se révèlent les plus proactifs en ce qui concerne la localisation et la conceptualisation des politiques pour leurs secteurs créatifs. Ces pays reflètent la tendance générale des responsables de l'élaboration de politiques à adopter une approche trop instrumentale à l'égard de la culture et de la créativité, utilisant celle-ci pour établir des marques nationales, mais surtout comme outil pour augmenter le PIB.

Par la suite, nous avons traité des diverses définitions de l'économie créative et de ses différents modèles, favorisant le modèle des cercles concentriques de David Throsby. Son modèle représente les industries principales des arts créatifs et les industries principales et plus vastes de la culture, et il correspond donc mieux à la chaîne des valeurs culturelles. Nous avons ensuite élargi la définition de l'« économie » afin d'y inclure l'économie sociale, et nous avons défini la « créativité » en y incluant le secteur du patrimoine, mais en y excluant les disciplines qui ne sont que vaguement reliées aux processus créatifs, comme la production d'applications logicielles. Dans un virage conceptuel de l'économie créative à l'écologie créative, nous avons souligné l'importance du milieu local – et surtout – urbain dans lequel les industries créatives sont situées. Un milieu culturel urbain « inspirant » avec du logement abordable et une infrastructure culturelle visible ainsi qu'invisible sont considérés comme des éléments vitaux d'un concept d'économie créative retravaillé.

¹⁰ BIT : mène une opération pour normaliser la mesure d'ici le 2 décembre 2008; <http://www.worldvolunteerweb.org/browse/volunteeringissues/volunteeringresearch/doc/ilonotestheimportance.html>.

En dépit des différentes conceptions et mesures, l'économie créative est considérée par un nombre croissant de pays – 20 de ces pays feront l'objet de discussions dans les parties II et III de la présente étude – comme un important domaine de politique en pleine émergence. L'une des principales lacunes réside dans le trop peu d'attention portée à la nature changeante du travail de création, et les mesures qui le favorisent. La main-d'œuvre créative est au cœur du fonctionnement de l'économie créative, mais elle doit faire face à des niveaux excessivement élevés d'insécurité sociale et du revenu, d'attentes en matière de souplesse et d'(auto)exploitation – de possibles facteurs d'inhibition à la créativité qui ne sont pas abordés dans les cadres d'orientation actuels pour l'économie créative.