

« Valoriser notre culture : Mesurer et comprendre l'économie créative du Canada »

Rapport du *Conference Board du Canada*

Au cours du mois d'août 2008, le Conference Board du Canada a publié ce rapport, résultat du Forum international organisé en collaboration avec le ministère du Patrimoine canadien en mars 2008. La Conférence canadienne des arts a préparé un résumé des points principaux de ce rapport qui sont utiles pour quiconque entend promouvoir la cause des arts et de la culture au Canada.

Principales statistiques

- Le Conference Board du Canada estime que le produit de la valeur ajoutée réelle par les industries du secteur culturel s'élevait à 46 milliards de dollars en 2007, soit environ 3,8 % du produit intérieur brut (PIB) total. L'empreinte économique du secteur de la culture est encore plus marquée si l'on tient compte des effets directs, indirects et induits combinés. Le Conference Board calcule que cette contribution totale représentait 84,6 milliards de dollars, soit environ 7,4 % du PIB réel total en 2007. (p. 5)
- Les simulations de modèle que nous avons réalisées indiquent que l'empreinte économique du secteur culturel est importante. En moyenne, pour chaque dollar du PIB à valeur ajoutée réelle produit par les industries culturelles du Canada, environ 1,84 \$ vient s'ajouter au PIB réel global. (p.30)
- En ajoutant les exportations des biens culturels, la valeur totale des exportations culturelles réelles se situerait à un peu moins de 5 milliards de dollars en 2007, soit environ 1 % du total des exportations du Canada. (p.29)
- En 2005, les consommateurs canadiens ont consacré 25,1 milliards de dollars aux biens et services culturels, soit « 5 % de plus que les dépenses de consommation *combinées* consacrées au mobilier, aux appareils ménagers et aux outils (24 milliards de dollars) » et « plus de trois fois les 7,7 milliards de dollars consacrés à la culture au Canada par tous les paliers de gouvernement en 2003-2004. (p. 17)
- Statistique Canada estime également que le secteur culturel employait directement quelque 616 000 personnes en 2003, soit environ 3,9 % de tous les emplois. On peut estimer qu'en 2007, le secteur culturel représentait quelque 84,6 milliards de dollars du PIB total réel. De plus, près de 1,1 million d'emplois peuvent être attribués directement et indirectement à l'activité économique des industries du secteur culturel. (p. 22 et 24)
- Néanmoins, pour ce qui est de la contribution au PIB, nos estimations laissent penser que les dépenses réelles des gouvernements pour la culture sont inférieures au niveau de 1999 d'environ 0,3 point de pourcentage. (p.30)

- Les estimations de cette étude indiquent qu'en 2005, le total des revenus générés par les médias interactifs a été de 5 milliards de dollars, avec un marché du travail dépassant les 50 000 emplois. (p. 26)
- Presque 12 millions de Canadiens, soit 45 % de la population âgée de 15 et plus, avaient fait du bénévolat pendant l'année qui a précédé l'enquête. En moyenne, les bénévoles ayant appuyé les arts et la culture ont chacun donné 120 heures au cours d'une année. (p. 6)
- Ensemble, Toronto, Montréal et Vancouver représentent 64 % de la main-d'oeuvre de l'industrie culturelle canadienne. (p. 9)

« Valoriser notre culture » : Conclusions et commentaires d'intérêt

Importance de la culture pour l'économie

- Le Conference Board soutient que « si les grandes villes du Canada veulent devenir des centres de design, d'architecture et de culture de premier ordre et attirer des gens jeunes, talentueux et créatifs, elles devront investir davantage dans l'infrastructure physique. Elles devront soutenir des cultures dynamiques et devenir des centres d'excellence en éducation [. . .] Les villes qui offrent une grande qualité de vie attirent et conservent des entreprises et des travailleurs des secteurs créatifs et à forte intensité de savoir » (*Valoriser notre culture*, p. 9)
- Le secteur de la culture fait partie intégrante de l'économie créative du Canada et de sa performance économique globale. Bon nombre de ces avantages ne sont pas quantifiables, mais sont bien établis dans les faits. En particulier, la culture façonne notre identité individuelle et nationale, favorise le développement communautaire et urbain et promeut la compréhension culturelle. La culture joue un rôle crucial pour attirer et retenir les talents et les investissements. (p. 9)
- Les théories économiques actuelles donnent à penser que les pays industriels avancés sont en train de devenir des économies du savoir, créatives et axées sur les services. Le succès économique des pays et des villes repose de plus en plus sur leurs ressources scientifiques et sur leur capacité à produire des modèles d'affaires innovants et à accroître leur productivité. La créativité est la source de l'innovation. (p.19)
- Les collectivités créatives sont d'importants moteurs de l'économie canadienne. Elles projettent des identités spécifiques qui attirent des personnes compétentes et créatrices ainsi que des investissements. Le défi que doivent relever tous les paliers de gouvernement est celui de veiller à ce que les collectivités aient les moyens de soutenir la créativité et la diversité et de favoriser un secteur culturel dynamique. (page 57),

Impact de la culture sur le PIB et l'emploi

- Les activités culturelles font l'objet de dépenses directes importantes consacrées à des biens et des services culturels. Elles donnent également lieu à des dépenses indirectes, par exemple, dans la restauration, l'hébergement et le transport. D'autres avantages indirects proviennent des travailleurs de la culture qui dépensent leurs gains, des chefs d'entreprise qui dépensent (ou investissent) les profits générés, et des gouvernements qui investissent les recettes fiscales supplémentaires que génèrent ces salaires et profits. À leur tour, ces dépenses publiques entraînent de nouvelles hausses des emplois, des salaires, des revenus et des recettes fiscales dont les effets se font sentir dans un grand nombre de secteurs d'activité économique. (p. 17)

La culture comme produit ou service

- Les États-Unis sont la destination de plus de 90 % des exportations des biens culturels canadiens. Les exportations de biens culturels vers les États-Unis se sont élevées à 1,9 milliard de dollars en 2006, une baisse par rapport à 2,2 milliards de dollars en 2005. Les importations de biens culturels en provenance des États-Unis ont totalisé 3 milliards de dollars. La Chine se situe au deuxième rang pour ce qui est des importations de biens culturels. La France est le troisième partenaire commercial du Canada en matière de biens culturels. (p.52)
- Les États-Unis sont le principal partenaire commercial du Canada pour les services culturels, représentant Presque 3 milliards de dollars (85 %) des importations en 2004. Les importations des services culturels de l'Union européenne ont totalisé 348 millions de dollars (10 %) en 2004, dont 156 millions du Royaume-Uni. Le reste du monde fournit seulement 5 % environ des importations des services culturels.(p. 53)

Exemples de la culture dans le nouveau 'marché du monde'

- Le message essentiel est que les producteurs et les consommateurs conditionnent l'économie créative. La production et la consommation permettent aux producteurs et aux consommateurs de reconnaître les éléments de l'expérience partagée et de s'inspirer les uns des autres dans un cycle créatif et réactif de demande et d'offre. (pages 37-38)