

## Industries créatives, diversité et politiques culturelles

*Creative Industries, Diversity and Cultural Policies*

Felipe Verdugo

---



### Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/interventionseconomiques/3128>

DOI : [10.4000/interventionseconomiques.3128](https://doi.org/10.4000/interventionseconomiques.3128)

ISBN : 1710-7377

ISSN : 1710-7377

### Éditeur

Association d'Économie Politique

### Référence électronique

Felipe Verdugo, « Industries créatives, diversité et politiques culturelles », *Revue Interventions économiques* [En ligne], 57 | 2017, mis en ligne le 01 avril 2017, consulté le 14 juin 2019. URL : <http://journals.openedition.org/interventionseconomiques/3128> ; DOI : [10.4000/interventionseconomiques.3128](https://doi.org/10.4000/interventionseconomiques.3128)

---

Ce document a été généré automatiquement le 14 juin 2019.



Les contenus de la revue *Interventions économiques* sont mis à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons Attribution 4.0 International.

---

# Industries créatives, diversité et politiques culturelles

*Creative Industries, Diversity and Cultural Policies*

Felipe Verdugo

---

## Introduction

- 1 La notion d'industries créatives trouve son origine vers la fin des années 1990 au sein du gouvernement du Royaume-Uni. Définies pour la première fois en 1998 par le Department for Culture, Media and Sport (DCMS), les industries créatives britanniques couvrent 13 domaines dont l'architecture, l'artisanat, les arts du spectacle, le cinéma et le vidéo, le design, l'édition, les jeux vidéo, les logiciels, le marché de l'art et des antiquités, la mode, la musique, la publicité ainsi que la télévision et la radio (DCMS, 2001, p. 5). Ce nouveau regroupement industriel est notamment considéré par l'administration Tony Blair comme le nouveau pilier de la croissance et de la compétitivité de l'économie britannique.
- 2 Suite à cette première délimitation du champ des industries créatives, divers modèles sont proposés durant les années 2000 par une pluralité de sources académiques et institutionnelles, ce qui entraîne l'émergence de notions complémentaires, telles que ville créative, classe créative et clusters créatifs. Grâce au succès des idées mettant en valeur le rôle de la créativité dans les nouvelles dynamiques économiques, la notion, plus large, d'économie créative, proposée pour la première fois en 2001 par John Howkins, s'impose sur la scène internationale comme un enjeu de plus en plus important pour la croissance économique, la compétitivité et la relance des économies en récession.
- 3 Étant axé sur des concepts aussi complexes que controversés tels que la créativité et la culture, il n'est pas surprenant qu'une définition des notions d'industries créatives, de ville créative et d'économie créative soit encore loin de faire l'unanimité. Cette note de recherche se penche sur une pluralité de perspectives traitant de ces notions afin de poursuivre deux objectifs complémentaires, mais distincts. En guise de tour d'horizon

conceptuel, la première section s'intéresse aux définitions des trois notions ci-haut mentionnées ainsi qu'à diverses perspectives critiques de manière à mettre en lumière certains enjeux soulevés par ces notions au niveau théorique. La deuxième section propose ensuite une brève analyse critique ayant pour but de discuter des défis liés autant aux politiques culturelles qu'à la mise en œuvre au niveau du commerce international de la *Convention sur la protection et la promotion et de la diversité des expressions culturelles* (CDEC) dans un contexte marqué par la montée de l'économie et des industries créatives.

## 1. Définition et critiques des notions axées sur la créativité

### 1.1 Industries créatives

- 4 Il existe une grande diversité de modèles définissant les industries créatives. Cependant, seuls quelques modèles clés ayant marqué les débats sur les plans institutionnel et académique sont présentés dans cette section. D'abord, le modèle de cercles concentriques, élaboré par Throsby (2008a), suggère que les biens et services culturels sont constitués de deux types de valeurs : la valeur économique et la valeur culturelle (les industries culturelles étant toutefois caractérisées principalement par la valeur culturelle de leurs productions). Ainsi, pour Throsby, l'origine des idées créatives se trouve dans les arts créatifs 'centraux' sous la forme de sons, de textes et d'images. Ces idées sont transmises vers d'autres secteurs ou industries par le biais de cercles concentriques, où la proportion de la valeur culturelle par rapport à la valeur commerciale (représentée par l'importance des travailleurs créatifs engagés dans les activités des différentes industries) diminue lorsque les cercles s'éloignent du centre. Le modèle en cercles concentriques est notamment repris par le document intitulé *Livre vert : Libérer le potentiel des industries culturelles et créatives*, publié en 2010 par la Commission Européenne, par *KEA European Affairs* ainsi que par les travaux de la *Work Foundation*, lesquels apportent une modification au modèle de Throsby en intégrant aux arts créatifs centraux non seulement les arts créatifs traditionnels, mais aussi les nouveaux contenus expressifs, mais à forte valeur commerciale dont les jeux vidéo et les logiciels, entre autres (Bouquillion, 2012a, p. 22; CNUCED et PNUD, 2008, p. 12; Throsby, 2008a, p. 147-149; UNESCO et PNUD, 2013, p. 26-27; Work Fondation, 2007, p. 19).
- 5 Dans une perspective similaire à celle de Throsby, le modèle proposé par la Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED) et le Programme des Nations Unies pour le développement (PNUD) fait des industries culturelles un sous-secteur des industries créatives. C'est pourquoi la CNUCED et le PNUD reconnaissent l'existence de deux types d'activités au sein des industries créatives. D'une part, les activités *upstream*, englobant les activités culturelles traditionnelles telles que les arts du spectacle et les arts visuels, et d'autre part, les activités *downstream*, se trouvant beaucoup plus proches du marché et incluant entre autres des activités liées à la publicité, l'édition, les médias, l'architecture, le design, les logiciels et les nouveaux contenus créatifs numériques, entre autres (CNUCED et PNUD, 2008, p. 12-14).
- 6 Finalement, du point de vue des études culturelles, le sociologue David Hesmondhalgh propose un modèle axé sur « les industries s'occupant de la production et de la dissémination industrielles de textes symboliques » (Nicolas, 2012, p. 72). Ce type de

modèle définit les industries créatives comme étant une combinaison de la créativité individuelle et de la production massive de biens et services culturels symboliques. Ces produits symboliques peuvent être créés dans une variété de supports formant souvent des grappes de biens et services englobés sous l'étiquette d'une marque, tel qu'illustré par le cas des films à succès auxquels sont associés des jeux vidéo, des jouets et des vêtements, entre autres. Cette perspective met donc moins d'emphasis sur les délimitations du champ artistique ou culturel et traite de la diversité des liens existants entre les industries culturelles, les industries des médias ainsi que d'autres formes de production et de distribution symboliques (Bouquillion, 2012a, p. 36-37; CNUCED et PNUD, 2008, p. 12; Davies et Sigthorsson, 2013, p. 4-7; UNESCO et PNUD, 2013, p. 24).

## 1.2 Ville créative

- 7 Les débats sur le développement des villes et des territoires ont largement influencé les politiques publiques de soutien aux industries créatives, où l'on assiste depuis la fin des années 1990 à l'émergence d'un corpus littéraire mettant de l'avant la notion de ville créative. Si cette notion est d'abord utilisée par le sociologue britannique Charles Landry, l'intérêt des politiciens et chercheurs est davantage stimulé par les travaux de Richard Florida sur la classe créative. D'après Florida, la classe créative se compose d'un éventail assez large de professionnels provenant autant des domaines des sciences, de l'ingénierie, de l'éducation que du divertissement, du design et des arts (Comunian, 2011, p. 1175).
- 8 Les idées de Florida supposent que les villes présentant une plus grande diversité culturelle jouissent d'un climat de tolérance et attirent les individus créatifs, c'est-à-dire les « talents », qui, à leur tour, représentent la source d'énergie à l'origine des innovations favorisant la croissance économique des villes. Ainsi, les modèles basés sur la classe créative avancent que les villes devraient centrer leurs efforts sur l'attraction d'individus faisant partie de la classe créative plutôt que de miser sur les firmes ou les industries (dans le sens traditionnel de développement économique) (Grodach, 2013, p. 1749; Liefooghe, 2010, p. 183; UNESCO et PNUD, 2013, p. 23).
- 9 L'approche de Florida est basée sur une perspective quantitative, développée dans le *Global Creativity Index*, visant à classer les villes selon leur degré de créativité et à tester les corrélations entre la classe créative et le dynamisme économique des villes (Pratt, 2008, p. 4). Le succès médiatique et politique de cette vision permet le lancement d'initiatives telles que le *Réseau de villes créatives* de l'UNESCO, créé en 2004 afin de promouvoir « la coopération avec et entre les villes ayant identifié la créativité comme un facteur stratégique du développement urbain durable » (UNESCO, 2017).
- 10 Cette perspective axée sur la créativité et ancrée sur les territoires donne également naissance à la notion de *clusters* créatifs. À l'image du concept de *clusters* industriels développé notamment par Michael Porter, les *clusters* créatifs permettraient d'améliorer la compétitivité des quartiers ou des villes où ils se déploient. Ainsi, la notion de *clusters* créatifs est surtout mise de l'avant dans les cas de revalorisation et de régénération, par le biais d'activités culturelles et créatives, de quartiers en déclin et de quartiers industriels jadis délaissés (CNUCED et PNUD, 2008, p. 66-67; Davies et Sigthorsson, 2013, p. 85-87; Gollmitzer et Murray, 2008, p. 18-20; Liefooghe, 2010, p. 189-190).

### 1.3 Économie créative

- 11 Dans l'ouvrage intitulé *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*, John Howkins forge la notion d'économie créative non pas pour se référer à un nouveau secteur industriel, mais plutôt pour décrire une nouvelle manière de créer de la valeur. Loin d'être un simple synonyme des industries créatives, l'économie créative représente une nouvelle manière de penser l'économie où la créativité, l'innovation et les technologies convergent vers des modèles multidisciplinaires de création de la valeur, de productivité et de croissance économique. Selon Potts et Cunningham (2010), il existe quatre modèles distincts dans la littérature traitant des industries créatives. Si les deux premiers modèles (*welfare model* et *competition model*) ne font allusion aux industries créatives qu'en tant que secteur industriel, le troisième et le quatrième modèle analysent les liens entre les industries créatives et l'évolution générale des dynamiques économiques actuelles. Ces deux modèles permettent donc d'illustrer deux manières différentes de comprendre la notion d'économie créative.
- 12 Le troisième modèle, appelé le modèle de la croissance par les auteurs, perçoit les industries créatives comme le nouveau moteur de la croissance économique, à l'image notamment du rôle joué par les technologies de l'information et de la communication (TIC) dans les années 1980-90. Certes, ce modèle comprend les industries créatives en tant que secteur industriel spécifique. Cependant, contrairement aux modèles où les industries créatives ne possèdent pas un rôle plus important dans l'économie que d'autres secteurs industriels, le modèle de la croissance place ces industries au centre des processus permettant la croissance de l'ensemble de l'économie. Ainsi, les industries créatives permettraient non seulement l'introduction de nouvelles idées se propageant ensuite vers d'autres industries, mais elles faciliteraient aussi l'adoption de nouvelles idées et technologies ayant émergé au sein d'autres secteurs industriels (Potts et Cunningham, 2010, p. 169-170).
- 13 Le quatrième modèle, appelé le modèle de l'innovation, ne comprend pas les industries créatives comme un secteur industriel *per se*, mais plutôt comme un élément essentiel du système d'innovation de l'économie toute entière. Selon cette perspective, ces industries n'encourageraient pas la croissance économique de manière directe, mais elles faciliteraient les conditions permettant le changement ou l'évolution de l'ordre économique. La valeur économique des industries créatives n'émanerait donc pas nécessairement de leur contribution à la création de valeur, mais de leur rôle dans la formation et la coordination de nouvelles idées et technologies permettant l'évolution des processus d'innovation (Potts et Cunningham, 2010, p. 170-171).
- 14 Si les auteurs ne délimitent pas les concepts d'innovation et de système d'innovation, leur perspective est redevable d'une tradition schumpétérienne sur l'innovation et les cycles économiques, et plus spécifiquement, des travaux sur les systèmes d'innovation réalisés par Christopher Freeman, Richard Nelson, Bengt-Ake Lundvall et Charles Edquist (Potts et Cunningham, 2010, p. 171). À l'image des idées développées par Freeman, les systèmes d'innovation peuvent être définis comme des réseaux d'institutions et d'organisations privées et publiques, responsables des activités et des interactions à l'origine de l'émergence, de l'adoption, de la modification et de la diffusion des innovations (Edquist, 1997, p. 8). Quant au concept d'innovation, Edquist (1997, p. 42) opte pour une définition assez large l'associant à toute introduction dans l'économie de nouvelles connaissances

ou de nouvelles manières de combiner des connaissances déjà existantes. Bien évidemment, une telle définition de l'innovation fait généralement référence aux innovations technologiques. Toutefois, Stoneman (2010, p. 22) applique ce type de définition au domaine culturel à travers la notion d'innovation souple (*soft innovation*), selon laquelle les nouvelles connaissances et les nouvelles manières de combiner des connaissances seraient d'ordre esthétique ou intellectuel plutôt que d'ordre fonctionnel<sup>1</sup>.

- 15 Potts et Cunningham (2010) ne font cependant pas de distinction entre innovation technologique et innovation souple. Reconnaisant l'existence d'une « culturalisation » de l'économie, notion forgée dans les années 1990 par Scott Lash et John Urry, ils avancent que la créativité n'est plus un champ réservé uniquement aux professionnels créatifs, ou autrement dit aux industries créatives en tant que secteur industriel, mais elle appartient de plus en plus autant à d'autres secteurs économiques qu'aux consommateurs eux-mêmes. De ce fait, Potts *et al.* (2008) proposent une définition de l'économie créative basée sur la notion de réseaux sociaux, où l'analyse n'est plus centrée sur l'offre, c'est-à-dire les industries elles-mêmes, mais sur la complexité des dynamiques à l'origine de la consommation et des préférences du marché. Ainsi, comprises non pas comme un secteur industriel, mais comme un élément du système d'innovation, les industries créatives seraient un ensemble d'activités liées à la création et au maintien des réseaux sociaux ainsi qu'à la création de valeur à travers la production et la consommation d'idées valorisées par ces mêmes réseaux (Potts *et al.*, 2008, p. 174). Cette perspective implique une rupture claire avec les premiers modèles des industries créatives, le secteur des arts et du patrimoine (ce que les auteurs appellent *old culture*) n'occupant qu'une place marginale dans l'économie créative. En effet, les idées de Potts *et al.* (2008, p. 176) rapprochent les industries créatives des activités à forte valeur commerciale dont notamment le design et les médias. Ceux-ci seraient les nouveaux secteurs clés des industries créatives, car ils permettraient l'émergence des innovations à caractère fonctionnel et commercial en créant de nouveaux espaces et de nouvelles opportunités et, conséquemment, de nouveaux choix et marchés.

#### 1.4 Caractère politique et idéologique du modèle du DCMS

- 16 Plusieurs auteurs soutiennent que les politiques du Royaume-Uni ayant forgé la notion d'industries créatives faisaient partie d'un projet national qui devait renforcer la compétitivité de l'économie britannique dans le marché global. Face au déclin du secteur manufacturier depuis les années 1980, les industries créatives étaient perçues par les dirigeants politiques du Royaume-Uni comme le nouveau secteur clé pouvant soutenir la croissance de l'emploi et des exportations britanniques. Selon Garnham (2005, p. 25-27) et Schlesinger (2007, p. 91), cette perspective a pu être développée grâce au rapprochement du secteur culturel et du secteur de l'information, tout particulièrement du secteur des logiciels. Cependant, ces auteurs avancent qu'un tel rapprochement possédait un caractère idéologique fort, car les liens précis entre créativité artistique et innovation technologique n'étaient pas clairement établis ni au niveau empirique ni au niveau conceptuel.
- 17 En se basant sur les données exposées par le DCMS, Tremblay (2008) avance que le poids économique des différentes industries créatives démontre le caractère artificiel de cette notion. Selon l'auteur, les industries culturelles ne représentent qu'un tiers du poids économique des industries créatives, la taille des secteurs des logiciels et du design étant

beaucoup plus grande que celle des secteurs de l'édition, de la télévision, de la musique, du cinéma et des arts de la scène réunis. Ainsi, d'après Tremblay (2008, p. 76), la taille prépondérante des secteurs dits périphériques (dont le logiciel et le design) met en lumière le caractère idéologique d'octroyer à l'art et à la culture une place centrale dans la notion d'économie créative. Ce déséquilibre entre les différents secteurs créatifs britanniques signalé par Tremblay est toujours d'actualité, se retrouvant notamment dans un document publié en 2016 par le DCMS. En effet, le secteur des TIC et des logiciels continue à être le secteur créatif le plus important et compte pour 43.5% de la valeur ajoutée créée par les industries créatives (DCMS, 2016).

## 1.5 Critiques sur la notion de ville créative

- 18 De nombreuses critiques ont aussi été soulevées à propos de la relation entre l'économie créative et le développement urbain et des territoires, particulièrement quant aux concepts de classe créative et de *clusters* créatifs, à la base de la notion plus large de ville créative. Une pluralité d'études de cas réalisées auprès de villes d'Amérique du Nord, d'Europe et d'Asie estime que les politiques publiques axées sur la classe créative peuvent exacerber davantage les inégalités sociales et économiques, et cela malgré l'importance accordée à la diversité culturelle et aux espaces publics (Grodach, 2013, p. 1747). Cette critique à propos des inégalités se retrouve aussi dans les travaux sur les *clusters* créatifs, où divers auteurs soulignent qu'un effet d'embourgeoisement s'opère dans les quartiers où ces *clusters* se développent (Davies et Sighthorsson, 2013, p. 86-87).
- 19 Selon Comunian (2011), malgré la forte attention des dirigeants publics à la notion de classe créative, force est d'admettre que les idées de Florida ne proposent pas d'explication des dynamiques sous-jacentes aux industries créatives ainsi que de leur relation avec le reste de l'économie. À l'aide d'une étude sur les microdynamiques de l'économie créative de la ville de Newcastle Gateshead (Royaume-Uni), cette auteure développe une critique mettant en lumière le besoin de développer des analyses plus sensibles aux caractéristiques spécifiques autant des différents agents créatifs que de leurs manières d'interagir avec les infrastructures et les communautés locales. Dans la même veine, une étude de cas réalisée par Grodach (2013) auprès de deux villes considérées comme étant des 'villes créatives modèles' de l'Amérique du Nord, à savoir Austin (Texas) et Toronto (Ontario), démontre que si les décideurs publics adoptent en général le modèle de la ville créative, ils l'utilisent pour poursuivre des buts et des stratégies assez divergents, parfois mêmes contraires aux recommandations de Florida. Selon l'auteur, les politiques axées sur la ville créative peuvent être utilisées pour poursuivre des programmes alternatifs, pour légitimer des pratiques préexistantes ou pour faire l'expérimentation de programmes construits sur d'autres modèles.

## 1.6 Flexibilité et précarité du travail

- 20 La flexibilité au niveau de l'entreprise est généralement perçue comme une caractéristique centrale du fonctionnement des industries créatives. Ceci se traduit par l'existence de nombreuses petites et très petites entreprises dans ce secteur, les grandes entreprises étant trop lourdes pour surmonter les risques et les coûts inhérents aux innovations relatives au domaine créatif. Ce modèle axé sur la flexibilité et les petites structures accorde une importance accrue à l'auto-entrepreneur : « Le travailleur créatif

type est un auto-entrepreneur dans le cadre d'une économie largement libéralisée où la flexibilité du travail doit devenir la règle » (Bouquillion, 2012a, p. 33).

- 21 Cette figure d'auto-entrepreneur comme travailleur créatif type est importante pour les travailleurs du secteur culturel puisqu'elle transforme l'image elle-même de l'artiste. À l'ère de l'économie créative, le paradigme de l'artiste romantique démiurge est remplacé par celui d'un artiste 'schumpétérien' : un auto-entrepreneur flexible, motivé et inventif qui vend ses compétences aux entreprises innovantes et créatives. Selon Gill (2007, p. 30-32), ce type de travailleur possède souvent un type d'emploi précaire caractérisé par le risque, l'insécurité ainsi que par un transfert accru des coûts du travail aux travailleurs eux-mêmes. Plusieurs auteurs avancent ainsi que la notion d'économie créative contribue à transmettre le statut précaire de l'artiste en tant qu'entrepreneur au reste des travailleurs de l'économie, les emplois semi-permanents, temporaires et le travail à la pige étant maintenant la règle pour plusieurs employeurs dans divers secteurs de l'économie, dont par exemple dans le domaine du journalisme (Busson et Évrard, 2013, p. 229; Davies et Sigthorsson, 2013, p. 17; George, 2012; Gollmitzer et Murray, 2008, p. 21; Liefvooghe, 2010, p. 191; Peuter, 2011; Vivant et Tremblay, 2010, p. 27-30).

## 1.7 Remarques préliminaires

- 22 Les définitions et les perspectives critiques présentées dans cette première section permettent d'illustrer divers enjeux théoriques soulevés par les notions axées sur la créativité. En tenant compte des critiques développées par Garnham (2005) et Schlesinger (2007), Tremblay (2008, p. 82) affirme qu'au niveau « théorique, la notion d'industries créatives n'apporte strictement rien aux travaux sur les industries culturelles ». Tout en gardant une perspective critique (axée notamment sur l'économie politique de la communication), Bouquillion (2014) reconnaît qu'autant les acteurs socioéconomiques que les institutions nationales et supranationales ont profondément intégré la notion d'industries créatives. L'auteur propose donc de prendre au sérieux cette notion qui, en rassemblant des activités hétérogènes, mais convergeant toutes vers des productions ayant une valeur symbolique, pourrait être utile à la construction d'une théorie critique permettant de rendre compte des nouvelles dynamiques de l'économie des biens et services symboliques (Bouquillion, 2014, p. 55). Malgré les défis théoriques que cette perspective engendre, elle semble en effet mieux adaptée au contexte socioéconomique actuel, marqué par la montée des industries créatives de pointe et la convergence de plus en plus forte entre industries culturelles, médias et TIC.

## 2. Enjeux pour les politiques culturelles et la mise en œuvre des objectifs de la CDEC dans le commerce international

### 2.1 Politiques culturelles et industries créatives

- 23 Si les notions axées sur la créativité génèrent encore des controverses dans les milieux académiques, force est de reconnaître qu'elles ont largement influencé l'imaginaire des décideurs publics en matière de culture. En effet, à cause des succès de la notion d'économie créative, d'une part, et de la convergence sectorielle entre les télécommunications, le numérique et les contenus culturels, d'autre part, les politiques



culturelles aux niveaux national et international deviennent un élément parfois même fondamental des stratégies et des politiques de développement (Throsby, 2008b, p. 229). Sur le plan économique, le rapprochement du secteur culturel à l'innovation et à la croissance entraîne toutefois l'éloignement des politiques culturelles d'une logique de défaillance du marché, laquelle était auparavant une pierre angulaire des arguments légitimant le soutien de l'État aux arts et à la culture. De ce fait, au XXI<sup>e</sup> siècle, les politiques culturelles se distancient d'une tradition politique et sociale où les arts et la culture étaient considérés comme un bien en soi, et sont appelées à s'adapter à un environnement marqué par des innovations constantes, par une forte concurrence au niveau international ainsi que par un usage accru des technologies numériques (Bouquillion, 2012b; Flew et Cunningham, 2010, p. 117-118; Flew et Swift, 2014, p. 155-157; Galloway et Dunlop, 2007, p. 26-28).

- 24 Le nouveau lien entre culture et croissance économique n'est pas sans créer de risques de déséquilibre du soutien étatique entre les différents secteurs intégrant les industries créatives. Autrement dit, si le but est de renforcer la croissance économique à travers les industries créatives, les secteurs plus fonctionnels et proche d'une logique commerciale et des nouvelles technologies risquent d'être privilégiés par les politiques de développement. C'est justement ce qui se dégage du modèle des industries créatives proposé par Potts *et al.* (2008), où, comme déjà expliqué, les arts sont évacués du cœur du fonctionnement de l'économie créative, car l'accent est mis sur la nouveauté et l'innovation, évaluées en termes économiques à l'intérieur de marchés régis par des réseaux sociaux. Ainsi, pour ces auteurs, le rôle des arts traditionnels (*old culture*) ne serait pas plus important dans l'économie créative que, par exemple, celui des connaissances scientifiques liées à la fabrication de routeurs, appareils qui alimentent aussi les activités des industries créatives (Potts *et al.*, 2008, p. 175).
- 25 Il existe une littérature très critique du modèle proposé par ces auteurs. Selon Oakley (2009, p. 411), le lien entre culture et innovation proposé par Potts *et al.* (2008) est délicat d'un point de vue théorique non seulement parce qu'il divise les activités culturelles elles-mêmes entre *new culture* (« videogames, good ») et *old culture* (« opera, almost certainly bad »), mais aussi parce qu'il relègue la valeur des produits créatifs à un niveau purement économique. En effet, Potts *et al.* (2008, p. 175) avancent que la valeur d'un produit créatif, y compris les produits artistiques, repose sur leur caractère nouveau, expérimental et incertain dans des marchés constitués de réseaux sociaux et régis donc par les choix des autres. Par conséquent, la valeur d'un produit créatif ne serait pas déterminée par ses qualités spécifiques (car le marché ne reconnaît que les préférences des consommateurs, peu importe les qualités de celles-ci), mais seulement par son caractère nouveau, ou autrement dit, par sa nouveauté. Très sceptique face à cette idée, O'Connor (2009, p. 392) avance :
- The problem here is the use of *novelty* to describe the value of creative or cultural goods. [...] the value of the arts does not and never did reside purely in producing the new. This is an extremely narrow interpretation of what historically the arts have been valued for, namely their reflections on what constitutes the good life, on how we should live and what we should value most.
- 26 La critique d'O'Connor rejoint un point essentiel du débat. Selon cet auteur, la logique traditionnelle de défaillance du marché des politiques culturelles n'est pas un modèle économique en soi, mais un ensemble de valeurs et de choix publics découlant non pas de facteurs purement économiques, mais de facteurs sociaux, politiques et esthétiques (O'Connor, 2009, p. 390-393). Galloway et Dunlop (2007, p. 29) abondent dans le même

sens : « Public support for culture simply recognises that it provides public benefits that cannot be captured through markets, [...] viewing the cultural sector as part of the wider creative economy simply subsumes it within an economic agenda to which it is ill-suited. ».

- 27 Si le modèle proposé par Potts *et al.* (2008) évacue les arts du cœur du fonctionnement des industries créatives, la critique d'O'Connor (2009, p. 391) a justement comme but d'éviter leur exclusion des théories et des politiques axées sur l'économie créative : « 'the arts' can be actively involved in the creation of current value, involving 'social network markets' and public subsidy; and it is thus not theoretically or historically justified to make such a categorical exclusion from the CIs [industries créatives] ». Malgré les propos de l'auteur, force est d'admettre qu'à l'image des idées de Potts *et al.* (2008), les politiques axées sur l'économie créative ont dans certains cas généré une diminution du soutien de l'État aux arts et à la culture tout en augmentant les investissements et les bénéfices fiscaux dans les secteurs créatifs liés aux médias et aux TIC. Les cas du Royaume-Uni et de la Corée du Sud illustrent cette tendance.
- 28 Selon Newsinger (2015, p. 306-310), parmi les coupures budgétaires annoncées par le gouvernement britannique au mois d'octobre 2010, on prévoyait une diminution de 15% à 30% des budgets d'institutions culturelles comptant parmi les plus importantes au Royaume-Uni (dont quelques musées et galeries, le British Film Institute et le Arts Council) ainsi que la fermeture d'institutions telles que le UK Film Council et les Regional Screen Agencies. Ces coupures ont été suivies de diminutions supplémentaires de 7% du budget du DCMS ainsi que de 10% des dépenses des autorités locales dont dépendent plusieurs organisations culturelles de petite taille. Parallèlement à ces mesures restrictives, le gouvernement a inclus les jeux vidéos et les animations dans le système d'impôts qui avait été créé en 2007 pour stimuler les investissements dans l'industrie du film, tout en annonçant de nouveaux investissements dans le secteur des médias et télécommunications (notamment en matière d'Internet et de connectivité). Quant au cas sud-coréen, Lee (2016, p. 449-450) explique que malgré la rhétorique sociale du *Creative Economy Action Plan*, élaboré en 2013 par le gouvernement de la Corée du Sud, les actions proposées visent principalement le renforcement des capitaux dans la recherche & développement (R&D) et les *start-ups* technologiques, la dérégulation de la bourse et des fusions & acquisitions ainsi que la facilitation de la convergence entre les TIC et les industries traditionnelles. Ces mêmes priorités se retrouvent dans un document sur l'économie créative sud-coréenne publié en 2015 par l'OCDE, lequel incite le gouvernement à investir dans les sciences et les technologies, augmenter l'usage des TIC et du numérique dans le pays, alléger le fardeau des cadres réglementaires dans les nouveaux secteurs de pointe et promouvoir l'entrepreneuriat, le capital-risque et les *start-ups* (OCDE, 2015, p. 4-5). En tenant compte des politiques proposées, Lee (2016, p. 450-451) déclare :
- The current government's merging of creativity and economy, however, is not only producing unprecedented conceptual confusion around creativity but is also taking creativity from cultural to economic (and financial) domains [...] [which] does not necessarily bring new resources or public support for the cultural sector.
- 29 Les portraits exposés par Newsinger et Lee montrent donc que les politiques inspirées de l'économie créative se rapprochent, au moins dans les cas britannique et sud-coréen, du modèle de l'innovation proposé par Potts et Cunningham (2010) et Potts *et al.* (2008). Toutefois, malgré le renforcement du soutien étatique offert à une pluralité d'industries

allant de la R&D aux TIC sur le plan pratique, ce sont les bénéfices des arts et de la culture qui sont mis de l'avant sur le plan rhétorique. Ce décalage entre pratique et discours contribue à maintenir une confusion sur les types de créativité et d'innovation promus, et par conséquent, sur la véritable contribution aux dynamiques de l'économie créative de la diversité de secteurs faisant partie des arts et des industries culturelles. En ce sens, l'idée de Potts *et al.* (2008) d'éloigner les arts du cœur du modèle de l'économie créative ne serait peut-être pas forcément préjudiciable pour les domaines culturels axés davantage sur des productions à forte valeur symbolique. Un tel éloignement pourrait en effet contribuer à mieux définir l'usage des notions de créativité et d'innovation des politiques visant les secteurs créatifs de pointe, tout en mettant de l'avant le besoin toujours actuel de faire appel aux facteurs politiques, sociaux et esthétiques à l'origine de l'appui de l'État à la culture selon une logique de défaillance du marché.

## 2.2 Industries créatives, CDEC et commerce international des biens et services culturels

- 30 Seul organe du système des Nations Unies chargé d'un mandat explicite en matière de culture, l'UNESCO tente depuis au moins une vingtaine d'années de placer le secteur culturel (constitué notamment des industries culturelles, des arts et du patrimoine matériel et immatériel) au cœur des politiques de développement tout en mettant de l'avant le besoin de promouvoir et protéger la diversité dans le commerce international des biens et services culturels. Ainsi, la CDEC, instrument juridique phare du travail de l'UNESCO en culture élaboré en 2005, poursuit ces deux objectifs par le biais entre autres de l'article 7 (« Mesures destinées à promouvoir les expressions culturelles »), l'article 8 (« Mesures destinées à protéger les expressions culturelles »), l'article 13 (« Intégration de la culture dans le développement durable ») et l'article 21 (« Concertation et coordination internationales »). Le Rapport sur l'économie créative de 2013 fait partie d'une série de publications (rapports, documents de travail, déclarations, etc.) réalisées au sein de l'UNESCO et visant à promouvoir ces deux objectifs principaux de la CDEC, et cela en tenant compte de l'élaboration du tout récent programme international de développement post-2015 (les Objectifs de développement durable) ainsi que de l'évolution des négociations sur le commerce international des biens et services culturels depuis l'adoption de la CDEC.
- 31 Les négociations sur le commerce international des biens et services culturels sont marquées depuis plusieurs années par l'usage croissant des technologies numériques. En effet, autant les transformations causées par le numérique que la convergence croissante entre les secteurs des industries culturelles, des médias et des télécommunications affectent la définition des biens et services culturels et, par conséquent, leur classification dans le contexte du commerce international. Ainsi, les ententes commerciales internationales peuvent maintenant traiter des biens et services culturels numériques dans les chapitres portant sur le commerce électronique (le « contenant » l'emportant donc face au « contenu »). Cette évolution, fortement encouragée par les États-Unis, vise une libéralisation accrue du secteur culturel : en tant que produits électroniques (et non pas culturels), les biens et services culturels numériques risquent d'être traités selon les mêmes règles que l'ensemble des produits électroniques et, de ce fait, ne pourraient pas bénéficier d'un traitement spécial dans les accords commerciaux (la mise en place de ce type de traitement représentant l'un des objectifs principaux de la CDEC) (Rioux *et al.*,

2015; Vlassis, 2015). Ainsi, en promouvant les bénéfices de la culture par le biais des industries créatives, l'UNESCO cherche entre autres à encourager les gouvernements locaux à conserver et à développer des moyens de protection des industries culturelles dans le cadre de nouvelles négociations commerciales.

- 32 Neuwirth (2015, 2013) et Chen et Zhuo (2014) affirment que la notion d'industries créatives peut être utile pour développer un nouveau cadre réglementaire dans le débat commerce-culture à l'ère du numérique. Certes, comme le soulignent ces auteurs, cette notion s'adapte mieux au processus de convergence sectorielle entre culture, médias et TIC que la notion d'industries culturelles. Cependant, l'avènement de la notion d'industries créatives dans le débat commerce-culture entraîne une redéfinition des biens et services culturels, et de ce fait, un remaniement des « expressions culturelles » à promouvoir ou protéger au nom de la diversité culturelle. Tel qu'indiqué par Richieri Hanania (2016, p. 580),

The influence that the CDCE may have on the 'trade and culture debate' in the new context of creative industries depends on which of these industries are considered by each Party as deserving a specific legal treatment in trade agreements, based on the fact that they reflect cultural values and expressions.

- 33 En ce sens, la question reste à savoir comment les Parties définiront les industries méritant d'être traitées de manière spéciale dans les accords commerciaux, car porteuses de valeurs et d'expressions culturelles spécifiques. Bien qu'il n'existe pas de réponse univoque à cette question, force est d'admettre que dans le nouveau contexte induit par les industries créatives, l'impact de la CDEC dans le commerce international peut potentiellement être affaibli à cause du chevauchement d'au moins deux phénomènes.
- 34 Premièrement, la notion d'industries créatives élargit le champ de la culture en remettant en question ce que l'on entend par contenu culturel. Deux exemples de cette remise en question se retrouvent dans une étude publiée en 2015 par YE (intitulée *Cultural times: The first global map of cultural and creative industries*, cette étude, commandée par la Confédération internationale des sociétés d'auteurs compositeurs, CISAC, inclut notamment une préface d'Irina Bokova, Directrice générale de l'UNESCO). D'une part, selon cette étude, les revenus des arts visuels s'élevaient à 391 milliards de dollars US en 2013 et se retrouvaient en deuxième place dans le classement de l'ensemble des secteurs créatifs selon leurs revenus (EY, 2015, p. 15). Ce chiffre peut se comprendre entre autres par l'inclusion du design, industrie créative de pointe, dans la catégorie des arts visuels, laquelle inclut les créations des arts visuels, les musées ainsi que les activités du design et les activités photographiques. D'autre part, l'étude avance que les revenus issus des contenus culturels numériques ont atteint 65.6 milliards de dollars US en 2013, n'étant devancés que par les revenus de la création publicitaire numérique (*digital advertising creation*). Encore une fois, ce chiffre s'explique par l'inclusion des jeux vidéo, une autre industrie créative de pointe, dans la sphère des contenus culturels. La catégorie des contenus culturels numériques englobe ainsi non seulement la musique, les livres et les films numériques, mais aussi les jeux vidéo en ligne, sur tablette et sur téléphone intelligent. Fait saillant, les jeux vidéo comptent pour rien de moins que la moitié des revenus de l'ensemble des contenus culturels numériques (33.8 milliards de dollars US) (EY, 2015, p. 24).
- 35 Cet élargissement du champ culturel vers des secteurs industriels à très forte valeur commerciale possède en effet le potentiel d'éroder un des arguments fondateurs de la CDEC. Tel qu'indiqué dans son préambule, la CDEC repose sur la reconnaissance de la

double nature des biens et services culturels, à savoir leur nature culturelle et leur nature économique (UNESCO, 2013, p. 4). Dans le nouveau contexte induit par les industries créatives, cet argument fondateur de la CDEC peut plus facilement être remis en question à cause de l'importance prépondérante de la nature économique (c'est-à-dire de la valeur commerciale) à l'origine de la conception, de la création ou de la production d'une vaste majorité de produits créatifs issus des industries du design, de la mode et des jeux vidéo, entre autres. Les rapports entre les valeurs commerciale et culturelle des produits créatifs ne seraient donc pas sans créer de contradictions potentielles avec l'esprit même de la CDEC.

36 Deuxièmement, les nouveaux contenus créatifs possèdent un caractère de plus en plus hybride à cause de leur convergence croissante dans l'environnement numérique. Le développement récent du cinéma interactif représente un excellent exemple de cette convergence : donnant au spectateur la possibilité de décider ce que fera le « héros » du film à maintes reprises, les films interactifs<sup>2</sup> se rapprochent en effet de plus en plus des jeux vidéo. Encore à un stade précoce, ce rapprochement ne risque que de s'accroître par l'accessibilité croissante des technologies permettant l'immersion et l'interactivité ainsi que par l'expansion du genre narratif des jeux vidéo. Les ambiguïtés créées par le caractère hybride des nouveaux contenus créatifs numériques accentuent les difficultés de définir avec précision les biens et services devant être traités de manière spéciale dans le cadre des accords commerciaux. En entravant une classification claire et cohérente des biens et services culturels, le caractère hybride des nouveaux produits créatifs numériques risque ainsi de poser des problèmes juridiques pour l'opérationnalisation des objectifs de la CDEC dans les cadres réglementaires régulant le commerce international de ces produits.

37 Selon un document d'information préparé pour la plus récente session ordinaire du Comité intergouvernemental de la CDEC et traitant entre autres de la mise en œuvre de l'article 21<sup>3</sup>, la clause culturelle incorporée aux accords commerciaux par la Nouvelle-Zélande représente une bonne pratique pouvant être reprise par d'autres États, car elle exclut des négociations non seulement les arts créatifs traditionnels, mais aussi ceux liés aux technologies numériques (UNESCO, 2016, p. 21). Cette clause définit ainsi les arts créatifs :

“Creative arts” include the performing arts – including theater, dance and music – visual arts and craft, literature, film and video, language arts, creative on-line content, indigenous traditional practice and contemporary cultural expression, and digital interactive media and hybrid art work, including those that use new technologies to transcend discrete art form divisions. The term encompasses those activities involved in the presentation, execution and interpretation of the arts, and the study and technical development of these art forms and activities. (Cité dans UNESCO, 2016, p. 12)

38 S'il est vrai que cette clause représente une pratique pouvant mettre de l'avant les objectifs de la CDEC à l'ère du numérique, il demeure incertain qu'un nombre croissant d'États puisse garder dans les négociations commerciales une marge de manœuvre assez large permettant d'intégrer une clause culturelle excluant des activités très hétérogènes allant des industries culturelles traditionnelles aux produits des jeux vidéo, du design, des médias numériques interactifs ou même de la recherche & développement. Le caractère inclusif de cette clause peut en effet être perçu comme un cheval de Troie laissant la porte ouverte à l'instauration de politiques protectionnistes à visée purement économique, et cela au nom de la CDEC. Ainsi, les contradictions et problèmes potentiels

liés à l'élargissement du champ des contenus culturels et au caractère hybride des nouveaux contenus créatifs restent encore présents même dans ce type de clause culturelle, considéré comme un exemple de bonne pratique pour renforcer les objectifs de la CDEC dans le commerce international des biens et services culturels numériques.

## 2.3 Remarques finales

- 39 L'analyse critique développée dans cette deuxième section permet de dégager certains défis auxquels font face autant les politiques culturelles que l'application de la CDEC dans le nouveau contexte marqué par l'importance accrue des industries créatives. Tel qu'illustré par les cas du Royaume-Uni et de la Corée du Sud, l'accent mis sur les secteurs créatifs de pointe (TIC, médias, R&D, design, jeux vidéo, entre autres), montre que les politiques soutenant les industries créatives sont moins axées sur les secteurs culturels et artistiques dits « centraux » et visent surtout la création d'industries et de marchés dans une économie axée de plus en plus sur l'information et les produits numériques. Ainsi, l'idée de Potts *et al.* (2008) d'évacuer les arts du centre des industries créatives ne constituerait pas forcément un recul en matière de financement public des arts et des productions à plus forte valeur culturelle. En effet, en aidant les politiques culturelles à se réappropriier les dimensions politiques et sociales d'une logique de défaillance du marché, cette idée pourrait renforcer les arguments à l'origine de l'appui de l'État à la culture et aux arts.
- 40 La montée des industries créatives élargit le champ des contenus culturels et encourage l'effacement des limites entre divers contenus créatifs dans l'environnement numérique. Ces phénomènes ont le potentiel de débiliter sur au moins deux fronts la mise en œuvre des objectifs de la CDEC dans le cadre de nouvelles négociations commerciales. Premièrement, l'inclusion de produits créatifs à très forte valeur commerciale dans la sphère des contenus culturels transforme le rapport entre les valeurs culturelle et économique des nouvelles « expressions culturelles ». Ceci risque de mettre à mal l'un des arguments fondateurs de la CDEC, la nature économique prenant de plus en plus de place face à la nature culturelle. Deuxièmement, le caractère hybride des nouveaux contenus créatifs numériques empêche une délimitation claire entre ceux-ci et, de ce fait, pose des défis juridiques importants pour l'élaboration de listes précises des biens et services faisant l'objet d'un traitement spécial dans les ententes commerciales internationales au nom de la diversité culturelle.

---

## BIBLIOGRAPHIE

- Bouquillion, Philippe (2014). « Francophone Perspectives on Creative Industries and the Creative Economy », *Canadian Journal of Communication*, vol. 39, n° 1, pp. 55-71.
- \_\_\_\_\_. (2012a). « Les industries et l'économie créatives, un nouveau grand projet ? », dans Philippe Bouquillion (sous la direction de), *Creative economy, creative industries : des notions à traduire*, Saint-Denis, Presses universitaires de Vincennes, pp. 5-45.

\_\_\_\_\_. (2012b). « Les industries et l'économie créatives : transformations radicales des politiques publiques culturelles ? », dans Philippe Bouquillion (sous la direction de), *Creative economy, creative industries : des notions à traduire*, Saint-Denis, Presses universitaires de Vincennes, pp. 241-257.

Busson, Alain et Yves Évrard (2013). *Les industries culturelles et créatives*, Paris, Vuibert, 232 pages.

Chen, Zhijie et Jing Zhuo (2014). « The Trade and Culture Debate in the Context of Creative Economy: An Adaptive Regulatory Approach from Fragmentation to Coherence », *Fourth Biennial Global Conference – Society of International Economic Law*, Working Paper n° 7, 40 pages.

CNUCED (Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement) et PNUD (Programme des Nations Unies pour le développement) (2008). *Creative Economy Report 2008 – The Challenge of Assessing the Creative Economy: Towards Informed Policy-making*, New York, Organisation des Nations Unies, 333 pages.

CNUCED et PNUD (2010). *Creative Economy Report 2010 – Creative Economy : A Feasible Development Option*, Organisation des Nations Unies, 391 pages.

Comunian, Roberta (2011). « Rethinking the Creative City: The Role of Complexity, Networks and Interactions in the Urban Creative Economy », *Urban Studies*, vol. 48, n° 6, pp. 1157-1179.

Davies, Rosamund et Gauti Sigthorsson (2013). *Introducing the Creative Industries*, Los Angeles, SAGE Publications, 269 pages.

DCMS (Department for Culture, Media and Sports) (2001). *Creative Industries Mapping Document 2001*, DCMS, Royaume-Uni, 23 pages.

\_\_\_\_\_. (2016). *Creative Industries Economic Estimates*, January 2016, DCMS, Royaume-Uni, 36 pages.

Edquist, Charles (sous la direction de) (1997). *Systems of Innovation: Technologies, Institutions and Organizations*, London, Washington, Pinter, 432 pages.

Eltham, Ben (2013). « Three Arguments against 'Soft Innovation': Towards a Richer Understanding of Cultural Innovation », *International Journal of Cultural Policy*, vol. 19, n° 5, pp. 537-556.

EY (2015). *Cultural times: The first global map of cultural and creative industries*, EY et CISAC (Confédération internationale des sociétés d'auteurs compositeurs), 119 pages.

Flew, Terry et Adam Swift (2014). « Cultural Policy », dans Ruth Towse et Christian Handke (sous la direction de), *Handbook on the Digital Creative Economy*, Cheltenham, Edward Elgar, pp. 155-161.

Flew, Terry et Stuart Cunningham (2010). « Creative Industries after the First Decade of Debate », *The Information Society*, vol. 26, n° 2, pp. 113-123.

Garnham, Nicholas (2005). « From Cultural to Creative Industries.

An analysis of the implications of the 'creative industries' approach to arts and media policy making in the United Kingdom », *International Journal of Cultural Policy*, vol. 11, n° 1, pp. 15-29.

George, Éric (2012). « Pour une critique de la notion d'industries créatives : perspectives canadiennes sur les industries de l'information », dans Philippe Bouquillion (sous la direction de), *Creative economy, creative industries : des notions à traduire*, Saint-Denis, Presses universitaires de Vincennes, pp. 49-60.

Galloway, Susan et Stewart Dunlop (2007). « A Critique of Definitions of the Cultural and Creative Industries in Public Policy », *International Journal of Cultural Policy*, vol. 13, n° 1, pp. 17-31.

Gill, Rosalind (2007). *Technobohemians or the new Cybertariat? New media work in Amsterdam a decade after the Web*, Amsterdam, Institute of Network Cultures, 47 pages.

Gollmitzer, Mirjam et Catherine Murray (2008). « De l'économie à l'écologie : Un cadre stratégique pour la main d'œuvre créative », *Conférence canadienne des arts*, Ottawa, pp. 8-29.

Grodach, Carl (2013). « Cultural Economy Planning in Creative Cities: Discourse and Practice », *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 37, n° 5, pp.1747-1765.

Lee, Hye-Kyung (2016). « Politics of the 'Creative Industries' Discourse and its Variants », *International Journal of Cultural Policy*, vol. 22, n° 3, pp. 438-455.

Liefooghe, Christine (2010). « Économie créative et développement des territoires : enjeux et perspectives de recherche », *Innovations*, vol. 1, n° 31, pp. 181-197.

Neuwirth, Rostam J. (2015). « Global Market Integration and the Creative Economy: The Paradox of Industry Convergence and Regulatory Divergence », *Journal of International Economic Law*, n° 18, pp. 21-50.

\_\_\_\_\_. (2013). « The Future of the 'Culture and Trade' Debate: A Legal Outlook », *Journal of World Trade*, vol. 47, n° 2, pp. 391-420.

Newsinger, Jack (2015). « A Cultural Shock Doctrine? Austerity, the Neoliberal State and the Creative Industries Discourse », *Media, Culture & Society*, vol. 37, n° 2, pp. 302-313.

Nicolas, Yann (2012). « Définir un champ des industries culturelles ou créatives ? » dans Philippe Bouquillion (sous la direction de), *Creative economy, creative industries : des notions à traduire*, Saint-Denis, Presses universitaires de Vincennes, pp. 69-84.

Oakley, Kate (2009). « The Disappearing Arts: Creativity and Innovation after the Creative Industries », *International Journal of Cultural Policy*, vol. 15, n° 4, p. 403-413.

OCDE (Organisation de Coopération et de Développement Économiques) (2015). *Korea : policy priorities for a dynamic, inclusive and creative economy*, Paris, « Better Policies » Series, Éditions OCDE, 26 pages.

O'Connor, Justin (2009). « Creative Industries: A New Direction? », *International Journal of Cultural Policy*, vol. 15, n° 4, pp. 387-402.

Peuter (de), Greig (2011). « Creative Economy and Labor Precarity: A Contested Convergence », *Journal of Communication Inquiry*, vol. 35, n° 4, pp. 417-425.

Potts, Jason et Stuart Cunningham (2010). « Four Models of the Creative Industries », *Revue d'Économie Politique*, vol. 120, n° 1, pp. 163-180.

Potts, Jason; Cunningham, Stuart; Hartley, John et Paul Ormerod (2008). « Social Networks Markets: A New Definition of the Creative Industries », *Journal of Cultural Economics*, vol. 32, n° 3, pp. 167-185.

Pratt, Andy C. (2008). « Creative Cities: The Cultural Industries and the Creative Class », *Geografiska annaler : Series B - Human geography*, vol. 90, n° 2, pp. 107-117.

Richieri Hanania, Lilian (2016). « The UNESCO Convention on the Diversity of Cultural Expressions as a coordination framework to promote regulatory coherence in the creative economy », *International Journal of Cultural Policy*, vol. 22, n° 4, pp. 574-593.

Rioux, Michèle; Deblock, Christian; Gagné, Gilbert; Tchéhouali, Destiny; Fontaine-Skronski, Kim et Antonios Vlassis (2015). *Pour une culture en réseaux diversifiée - Appliquer la 'Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles' à l'ère du numérique*, Centre d'études sur l'intégration et la mondialisation (CEIM), 112 pages.



- Schlesinger, Philip (2007). « Creativity : From Discourse to Doctrine ? », *Screen*, vol. 48, n° 3, pp. 377-387.
- Stoneman, Paul (2010). *Soft Innovation: Economics product aesthetics and the creative industries*, Oxford, Oxford University Press, 384 pages.
- Throsby, David (2008a). « The Concentric Circles Model of the Cultural Industries », *Cultural Trends*, vol. 17, n° 3, pp. 147-164.
- \_\_\_\_\_. (2008b). « Modelling the Cultural Industries », *International Journal of Cultural Policy*, vol. 14, n° 3, pp. 217-232.
- Tremblay, Gaëtan (2008). « Industries culturelles, économie créative et société de l'information », *Global Media Journal - Canadien Edition*, vol. 1, n° 1, pp. 65-88.
- UNESCO (Organisation des Nations Unies pour la science, l'éducation et la culture) (2017). *Réseau des villes créatives*. En ligne : <http://fr.unesco.org/creative-cities/>. Dernière consultation le 30 janvier 2017.
- \_\_\_\_\_. (2016). *Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles : La mise en œuvre des articles 16 et 21 dans 51 accords commerciaux bilatéraux et régionaux conclus depuis 2005*, Document d'information préparé par Véronique Guèvremont et Ivana Otasevic, DCE/16/10.IGC/INF.3, Paris, 86 pages.
- \_\_\_\_\_. (2013). *Textes fondamentaux de la Convention de 2005 sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles*, UNESCO, Paris, 123 pages.
- UNESCO et PNUD (2013). *Rapport sur l'économie créative 2013 - Élargir les voies du développement local*, Paris, UNESCO et PNUD, 201 pages.
- Vivant, Elsa et Diane-Gabrielle Tremblay (2010). « L'économie créative : revue des travaux francophones », Note de recherche, *Chaire de recherche du Canada sur les enjeux socio-organisationnels de l'économie du savoir*, n° 10-02, 71 pages.
- Vlassis, Antonions (2015). « Négociations commerciales récentes et industries culturelles : de l'affrontement politique à la réconciliation normative ? », dans Christian Deblock, Joël Lebullenger et Stéphan Paquin (sous la direction de), *Un nouveau pont sur l'atlantique : l'Accord économique et commercial global entre l'Union Européenne et le Canada*, Québec, Presses de l'Université du Québec, pp. 259-279.
- Work Fondation (2007). *Staying Ahead: The Economic Performance of the UK's Creative Industries*, The Work Fondation, Department for Culture, Media and Sport, Royaume-Uni, 27 pages.

## NOTES

1. Le concept d'innovation souple fait cependant l'objet de fortes critiques sur le plan théorique. Voir, par exemple, Eltham (2013).
2. Dont notamment *Late Shift*, film interactif sorti en 2016. Voir par exemple, l'article du journal Los Angeles Times intitulé '*Late Shift*' is the first fully realized choose-your-own adventure movie. Or is it a game ?, disponible en ligne à <http://www.latimes.com/entertainment/herocomplex/la-ca-hc-the-player-late-shift-20160501-story.html>.
3. Selon l'article 21 de la CDEC, les « Parties s'engagent à promouvoir les objectifs et principes de la présente Convention dans d'autres enceintes internationales » (UNESCO, 2013, p. 14).

---

## RÉSUMÉS

S'intéressant à une pluralité de perspectives traitant des industries créatives, cette note de recherche poursuit deux objectifs complémentaires, mais distincts. D'une part, en guise de tour d'horizon conceptuel, la première section se penche sur les principales définitions des notions d'industries créatives, de ville créative et d'économie créative ainsi que sur diverses perspectives critiques afin de mettre en lumière certains enjeux soulevés par ces notions au niveau théorique. D'autre part, la deuxième section propose une brève analyse critique ayant pour but de discuter des défis liés autant aux politiques culturelles qu'à la mise en œuvre au niveau du commerce international de la *Convention sur la protection et la promotion et de la diversité des expressions culturelles* (CDEC) dans un contexte marqué par la montée de l'économie et des industries créatives.

Focusing on a variety of perspectives discussing the creative industries, this research note pursues two distinct but complementary goals. On the one hand, as a conceptual overview, the first section presents some definitions of the notions of creative industries, creative cities and creative economy as well as critical perspectives in order to point out some issues raised by these notions at a theoretical level. On the other hand, the second section proposes a brief critical analysis that aims to discuss the challenges faced by both cultural policies and the implementation of international trade of the *Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions* in a context marked by the rise of the creative economy and industries.

A través de la presentación de un abanico de perspectivas centradas en las industrias creativas, esta nota de investigación persigue dos objetivos complementarios. Por un lado, a modo de horizonte conceptual, la primera sección expone ciertas definiciones clave de las nociones de industrias creativas, de ciudad creativa y de economía creativa, así como diversas perspectivas críticas que discuten de los problemas de estas nociones en el plano teórico. Por otro lado, la segunda sección propone un breve análisis crítico de los desafíos que enfrentan tanto las políticas culturales como la implementación de la *Convención sobre la protección y promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales* en los tratados comerciales en un contexto marcado por el desarrollo de la economía y de las industrias creativas.

## INDEX

**Mots-clés** : accords commerciaux, Convention UNESCO, économie créative, industries créatives, politiques culturelles

**Palabras claves** : Convención UNESCO, economía creativa, industrias creativas, políticas culturales, tratados comerciales

**Keywords** : creative economy, creative industries, cultural policy, trade agreements, UNESCO Convention

AUTEUR

**FELIPE VERDUGO**

Centre d'études sur l'intégration et la mondialisation (CEIM), UQAM [fiverdug@gmail.com](mailto:fiverdug@gmail.com)