

Industries culturelles et politiques culturelles au Québec

Claude Martin

Professeur

Département de communication, Université de Montréal

Claude Martin est professeur titulaire au Département de communication de l'Université de Montréal. Il est docteur en sciences économiques de l'Université d'Aix-Marseille II. Ses enseignements portent présentement sur les industries culturelles et l'histoire des médias. Ses recherches ont porté ou portent sur l'économie des industries culturelles, les produits culturels à succès tels les best-sellers, l'enregistrement sonore, la programmation télévisuelle, la publicité et les statistiques culturelles. Il collabore régulièrement aux travaux de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec dont il est membre du Comité de direction et il est membre du Comité consultatif national de la statistique culturelle de Statistique Canada.

Résumé

L'industrialisation de la production culturelle n'a pas attendu les politiques culturelles pour se produire. Au Québec cependant, l'État a fortement contribué à la structure des industries culturelles. Mais on doit ici tenir compte de deux États, le Québec (et ses municipalités) et le Canada, ce dernier disposant de deux leviers essentiels pour la régulation du système, soit la législation sur le droit d'auteur et celle sur la radiodiffusion. Les deux affichent des politiques qui touchent l'expression artistique, l'économie de la culture, la protection des publics et les identités nationales. Plusieurs résultats prouvent l'efficacité de ces politiques, bien que ces dernières ne soient pas les seuls facteurs en cause. Parmi ces résultats, les parts de marché détenues par les producteurs nationaux nous semblent de première importance. De façon générale, les politiques culturelles ont réussi à contrer le handicap fondamental de la petite taille du marché intérieur. Le « modèle québécois » a réussi à appuyer une production culturelle de type industriel sans l'intégrer totalement dans une logique purement économique.

Mots clés

Politiques culturelles, industries culturelles, parts de marché, modèle québécois.

Introduction

Les politiques culturelles et les industries culturelles ne font pas nécessairement bon ménage. Aux États-Unis, on distingue souvent ce qui relève des industries du divertissement (*entertainments industries*) de ce qui relève des Arts. Les premières pourraient être confiées aux lois du marché alors que les secondes pourraient recevoir le support de l'État, d'autant plus que les Arts sont à but non lucratif. Un peu dans la même veine, à l'origine de la théorisation des industries culturelles, on retrouve l'idée que ces dernières (mais « industrie » alors au singulier) représenteraient une dégradation de l'Art car « à l'époque de la reproductibilité technique, ce qui dépérit dans l'œuvre d'art, c'est son aura » (Benjamin, 1939, 276) et « ce qui s'imprime dans l'esprit de l'homme, c'est la succession automatique d'opérations standardisées » (Horkheimer et Adorno, 1947, 146). Pierre Bourdieu écrira plus tard que « l'opposition entre l'art et l'argent (...) est le principe générateur de la plupart des jugements qui (...) prétendent établir la frontière entre ce qui est art et ce ne l'est pas » (Bourdieu, 1992, 230). C'est peut-être ainsi qu'au Québec, les *Affaires culturelles* et les *Communications* ont longtemps formé deux ministères

séparés. D'un côté, les Arts (qu'il faut soutenir financièrement) et de l'autre, les médias (enrichis par la publicité). Cependant, dès 1978, *La politique québécoise du développement culturel* considérait « les arts et les lettres » et les « industries culturelles » comme deux aspects d'une même mission (Laurin, 1978). Dans le même sens, Olivier Donat estimait, en 1988, que la politique culturelle de la France portait, entre autres, sur ces deux dimensions (Donnat, 1988) Aujourd'hui, nous avons au Québec un ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine, mais ceci ne signifie pas que les tensions entre les industries et les arts se soient évanouies.

On peut faire remonter les politiques culturelles en Occident bien avant l'apparition des industries culturelles (Farchy, 1994) et on doit souligner que les industries culturelles se sont installées bien avant l'apparition des politiques culturelles, comme on entend ce terme aujourd'hui. Ainsi, le gouvernement du Québec a donné des livres en récompense de fin d'année à ses écoliers longtemps avant d'avoir une politique de la lecture et on a produit des enregistrements sonores originaux au Québec longtemps avant qu'on établisse un ministère des Affaires culturelles. Cependant, les premières politiques culturelles (avant le terme encore) concernent au premier chef les industries culturelles. La législation sur le droit d'auteur (1927 au Canada), l'établissement du Bureau de censure des vues animées au Québec (1912-13) et la fondation de la radio publique du Canada (1936, aujourd'hui CBC/SRC) peuvent servir d'exemple.

Par ailleurs, pour parler des rapports entre les politiques culturelles et les industries culturelles, il faut se demander ce qu'on entend par ces expressions. Pour ce qui est des politiques culturelles, ce serait vain d'ajouter ici à tout ce que ce colloque en dit, sauf pour souligner qu'on peut parfois considérer comme politique culturelle ce qui ne se présente pas comme politique culturelle explicite. Il peut s'agir, par exemple, du mécénat royal, d'une stratégie diplomatique cherchant à utiliser les artistes comme moyens de convertir les esprits ou d'une grille de tarifs postaux qui favorisent la diffusion des imprimés. À la limite, l'absence d'un ministère de la Culture est une forme de politique culturelle. Nous verrons un autre exemple plus loin.

Pour ce qui est des industries culturelles, les frontières qui définiraient ce domaine seraient, selon David Throsby, « fuzzy » (Throsby, 2006) alors que son collègue Richard E. Caves préfère parler de *créative industries* pour nommer autrement le domaine « art and entertainment industries » (Caves, 2006). L'UNESCO a aussi fourni une définition relativement floue des industries culturelles lors de la signature de la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles. Le terme « renvoie aux industries produisant et distribuant des biens ou services culturels » alors que « activités, biens et services culturels » renvoie « aux activités, biens et services qui, dès lors qu'ils sont considérés du point de vue de leur qualité, de leur usage ou de leur finalité spécifiques, incarnent ou transmettent des expressions culturelles » et que les « expressions culturelles » « sont les expressions qui résultent de la créativité des individus, des groupes et des sociétés, et qui ont un contenu culturel » (UNESCO, 2005). Nous voyons ici qu'on évite soigneusement de donner une liste des industries en question. Il faut avoir recours à un document non officiel de l'UNESCO pour lire que

« Sont concernés : l'édition imprimée et musicale, la production cinématographique et audiovisuelle ainsi que le multimédia. Même s'ils ne sont pas à proprement parler des industries, l'artisanat et le design en font partie. La notion d'industrie culturelle s'étend aussi aux industries « de la création » comme l'architecture et à différentes catégories artistiques : arts plastiques, arts du spectacle... (UNESCO, 2006)

Nous pourrions caractériser ce type de définition comme étant « extensive » en ce qu'elle comprend le mot « industrie » dans son sens le plus large, c'est à dire comme « activité ». Une définition plus analytique restreindrait le terme d'industrie en ne considérant que les domaines concernés par une organisation industrielle de la production caractérisée par l'adoption de la division du travail, l'emploi des techniques, la production en grandes quantités, etc. Ici cependant, les grandes quantités ne signifient pas nécessairement des quantités de produits (beaucoup de films), mais aussi des quantités du point de vue des publics (quelques films, mais beaucoup de spectateurs). D'un autre point de vue, Françoise Benhamou nous offre plutôt une perspective que nous pourrions qualifier de « retrainte » alors qu'elle ne retient que le livre, le disque et le cinéma dans les industries culturelles, c'est à dire les industries assises sur la sélection et la reproduction en série d'œuvres (Benhamou, 2008). C'est ce que certains nomment les industries de l'édition. Cette vision a l'avantage de se fonder sur un critère économique, mais où classer alors la télévision et les journaux ? Pourquoi le travail journalistique ne ferait-il pas partie des industries culturelles ? Et pourquoi ne pas considérer aussi les grands musées et les spectacles d'arène ? Cessons la discussion, mais soulignons que le processus d'industrialisation concerne de nombreux domaines, mais que son extension aux arts visuels et à l'artisanat nous semble nier le sens contemporain du terme « industrie ». Pour nos considérations sur les politiques culturelles, nous pouvons conclure que nous n'avons pas à retenir une définition restreinte du domaine, mais que certaines de ces industries culturelles seraient plus « industrielles » que d'autres. Ceci n'est pas un détail, car les politiques culturelles sont aussi, parfois, des politiques économiques.

Malgré cette difficulté sémantique et analytique, il ne faut pas conclure que le concept d'*industries culturelles* mérite la poubelle et qu'il faudrait le remplacer par celui d'*industries créatives*, le plus important candidat à la succession. Il y a deux dimensions essentielles dans le concept d'industries culturelles. La première provient de la matière première et de l'usage spécifique de ses produits. Pour plusieurs, cette matière première particulière est le travail symbolique (ou créatif ou culturel) incluant le travail journalistique et cet usage, c'est d'abord la réception volontaire d'une communication artistique ou informative. Si l'aspect symbolique passe au second plan, ce n'est plus un produit culturel, mais un produit comportant une dimension symbolique (une auto, un sport par exemple). Les industries *créatives* incluent justement des produits dont la dimension symbolique peut être jugée comme secondaire (le design de mode par exemple, car les vêtements servent d'abord à vêtir, ce qui ne nie pas talent créatif dans leur conception). La deuxième dimension découle de la première. On s'intéresse aux industries culturelles parce qu'elle diffusent des messages portant sur nos sociétés, pas seulement du divertissement ou des réalisations esthétiques. Ce sont nos agoras ou nos espaces publics et les identités collectives ou nationales s'y forment (entre autres lieux). Il ne s'agit pas seulement de communications qui répondent à des besoins individuels (à des consommateurs). Il y a aussi des besoins collectifs. Cesser de parler d'industries culturelles peut signifier faire le silence sur les contenus des communications, pour ne s'intéresser qu'aux emplois, aux profits et aux cotes d'écoute qui les supportent en oubliant ce qui se dit. Le concept d'industries culturelles a d'ailleurs connu un certain « blanchiment » lorsqu'il a perdu la connotation critique (marxiste) de ses origines. Lui enlever aussi sa dimension identitaire serait encore plus suspect.

Dans ce qui suit, nous allons travailler surtout en nous fondant sur les statistiques de la culture pour analyser les politiques culturelles au Québec. Nous allons aussi considérer les résultats d'une série d'entrevues réalisées avec des gestionnaires du secteur culturel au Québec (Martin *et al.*, 2010). Nous regarderons d'abord des structures du système en nous intéressant surtout aux principaux acteurs. Nous tenterons ensuite de caractériser leurs stratégies pour ensuite regarder une mesure du succès de ces stratégies. Cette démarche s'inspire des théories classiques de l'économie industrielle.

Les acteurs et structures

Nous célébrons le 50^e anniversaire de notre ministère des Affaires culturelles. Mais nous avons aussi la particularité d’avoir un autre ministère du genre, celui du Canada, actuellement nommé Patrimoine Canadien / Canadian Heritage. Nos enquêtes ont d’ailleurs montré que pour plusieurs, il ne serait pas mauvais pour les artistes et les organisations culturelles d’avoir deux interlocuteurs plutôt qu’un. Ajoutons que d’autres y voient plutôt une nuisance. Quoi qu’il en soit, une caractéristique importante des politiques culturelles du Québec est sans doute qu’elles cohabitent avec celles du gouvernement fédéral. Historiquement, ce fait a eu de nombreuses conséquences. C’est Ottawa qui a exercé le pouvoir sur le champ de la radiodiffusion. Il a créé Radio-Canada et l’Office National du film, deux institutions culturelles dont l’importance n’est pas à démontrer. Son organisme de régulation des ondes a instauré des politiques de contenu canadien et francophone considérées comme centrales par de nombreux acteurs du système. Son organisme de subvention du cinéma et de la production audiovisuelle injecte des sommes importantes dans cette industrie. Alors, Québec doit « faire avec ». Mais il y a un troisième acteur dans ce système, les municipalités (créées par l’autorité du Québec, il faut le dire). Un regard en France et aux Etats-Unis nous montre cependant que là aussi, le pouvoir est stratifié. Mais aux Etats-Unis, le pouvoir fédéral se retient d’intervenir dans le champ culturel (Martel, 2006) alors qu’en France, le pouvoir central s’y affirme clairement (Farchy, 1994 et Wallach, 2006).

Nous avons récemment analysé les mesures gouvernementales d’appui aux domaines du livre, de l’enregistrement sonore et du cinéma, incluant les mesures qui concernent plusieurs domaines dont celles relatives au droit d’auteur (Martin *et al.*, 2010). Sur 180 mesures répertoriées, 71 provenaient du gouvernement fédéral et 73 du gouvernement du Québec (Tableau 1). Le cinéma et le livre semblent préoccuper davantage les gouvernements que l’enregistrement sonore. Sur 180 objectifs relevés, environ¹ 75 sont des objectifs de financement, la plupart étant destinés aux entreprises et organismes. Les mesures de soutien les plus onéreuses supportent directement les entreprises ou organismes publics (production, diffusion, démocratisation), mais on voit aussi des mesures destinées aux créateurs et à la relève (surtout venant du CALQ et de la Ville de Montréal). Près de 50 objectifs ont trait à la régulation, soit la création de bureaux, commissions, institutions qui sont à leur tour chargés d’administrer plusieurs programmes et autres activités. On voit aussi environ 25 objectifs de reconnaissance, la plupart sont liés à des prix ou des bourses et visent directement les artistes.

Tableau 1. Dénombrement des mesures gouvernementales dans certains domaines, Québec, 2009.

Domaine	Fédéral	Provincial	Municipal	Total
Cinéma	12	20	4	36
Livre	15	17	2	34
Enregistrement sonore	8	6		14
Droit d'auteur	11			11
Plusieurs domaines	25	30	30	85
Total	71	73	36	180

Note : ne pas interpréter comme un poids économique; ne concerne que le cinéma, le livre et l’enregistrement sonore. **Source** : Martin *et al.*, 2010.

Regardons maintenant l’ensemble des dépenses culturelles des trois niveaux de gouvernement au Québec et ensuite, leur répartition selon le niveau de gouvernement. Le Graphique 1 présente

¹ Il faut écrire « environ », car le classement des mesures laisse place à interprétation.

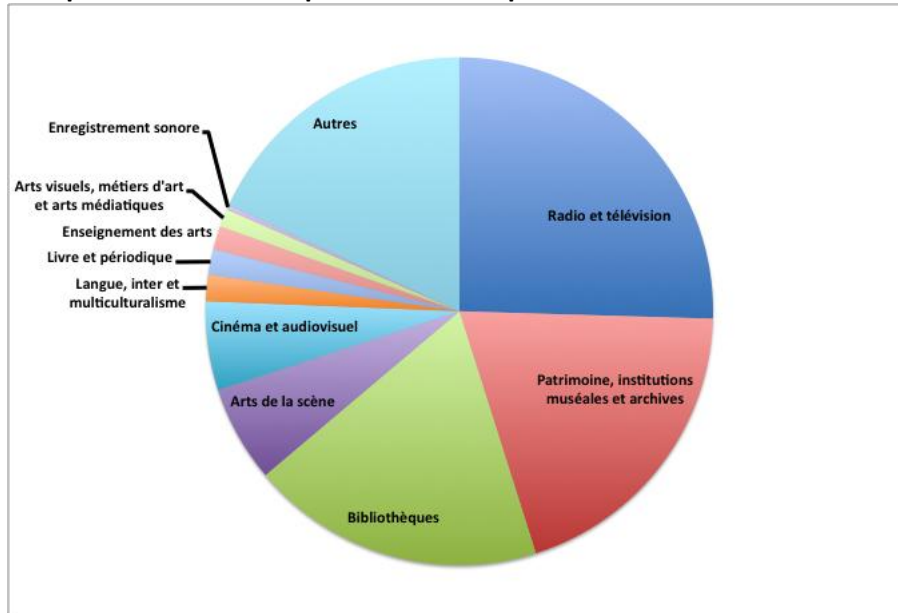
l'ensemble des dépenses de tous les niveaux de gouvernement. Elles totalisent 2,8 milliards de dollars, si nous prenons les années les plus récentes où la statistique est disponible (soit entre 2007 et 2009 selon le niveau de gouvernement)². La télévision et la radio prennent la part du lion avec un peu plus d'un quart des dépenses (soit 25,5 %). Les deux autres domaines majeurs dans ce champ sont celui qui combine patrimoine, musées et archives (19,7 %) et celui des bibliothèques (18,7 %). Par la suite, les arts de la scène et le domaine du cinéma et de l'audiovisuel prennent respectivement 6,1 % et 5,7 % du total. Le reste des dépenses est fragmenté en plusieurs domaines.

Le Graphique 2 montre les zones d'interventions de chaque niveau de gouvernement en ce qui a trait aux dépenses. Pour le présenter, nous avons regroupé des données provenant de trois tableaux (OCCQ, 2011), ce qui pourrait donner lieu à des erreurs de classement, mais heureusement, la terminologie des tableaux est en très bonne partie cohérente. Pour faciliter la lisibilité, nous avons regroupé les plus petits domaines du graphique précédents dans une catégorie « Autres » qui comprend aussi la grosse catégorie « Autres » du premier graphique. Au premier coup d'œil, le gouvernement du Canada dépense plus que les deux autres pris séparément, mais lorsqu'on combine celles du gouvernement du Québec et celles des municipalités (qui sont, comme on dit, les « créatures » de Québec) on arrive à 1,6 milliard de dollars, soit plus que les dépenses fédérales. Si on compare les domaines d'intervention, on voit clairement que le gouvernement fédéral intervient d'abord dans la télévision et la radio alors que Québec et les municipalités assument l'essentiel des dépenses des bibliothèques (ici, incluant les bibliothèques académiques). Soulignons que l'effort de Québec pour soutenir Télé-Québec ne pèse pas lourd comparé à celui d'Ottawa pour Radio-Canada. Ottawa, Québec et les municipalités consacrent chacun une part importante de leurs dépenses au secteur *patrimoine, musées et archives*. Le cinéma et l'audiovisuel reçoivent la plus grande part de leurs subventions du gouvernement fédéral. Pour les municipalités, les « Autres » dépenses comprennent, en particulier, les arts de la scène et les festivals, mais il est impossible d'isoler uniquement ce qui concerne les arts de la scène, comme nous avons pu le faire pour les deux autres niveaux. Pour Québec, les activités multidisciplinaires, l'enseignement des arts, la langue française et l'interculturalisme pourraient être signalés parmi les « autres » dépenses alors que du côté fédéral, on peut souligner le multiculturalisme. Ottawa et Québec supportent l'enregistrement sonore, mais l'effort d'Ottawa est le plus grand.

Dans notre récente enquête sur le développement des organisations culturelles au Québec (Martin *et al.*, 2010), une série d'entrevues avec des gestionnaires de haut niveau nous a montré que l'État et ses institutions sont considérés comme indispensables au développement culturel et même, pour certains, comme le premier facteur de succès dans leur domaine. Par exemple, on nous a affirmé que les éditeurs ne survivraient pas sans les subventions, même ceux qui ont des tailles respectables. Cependant certaines limites apparaissent. Il semble d'une part que les dépenses des gouvernements dans ces domaines soient arrivées à un plafond. D'autre part, les formes actuelles de l'intervention étatique seraient devenues des freins à la capitalisation des entreprises privées dans certains domaines (pourquoi investir quand le gouvernement assume l'essentiel ?). Plus fondamentalement encore, le carburant de l'intervention étatique du Québec aurait été l'identité nationale québécoise. Or, ne s'agit-il pas là d'un motif variable en longue période ?

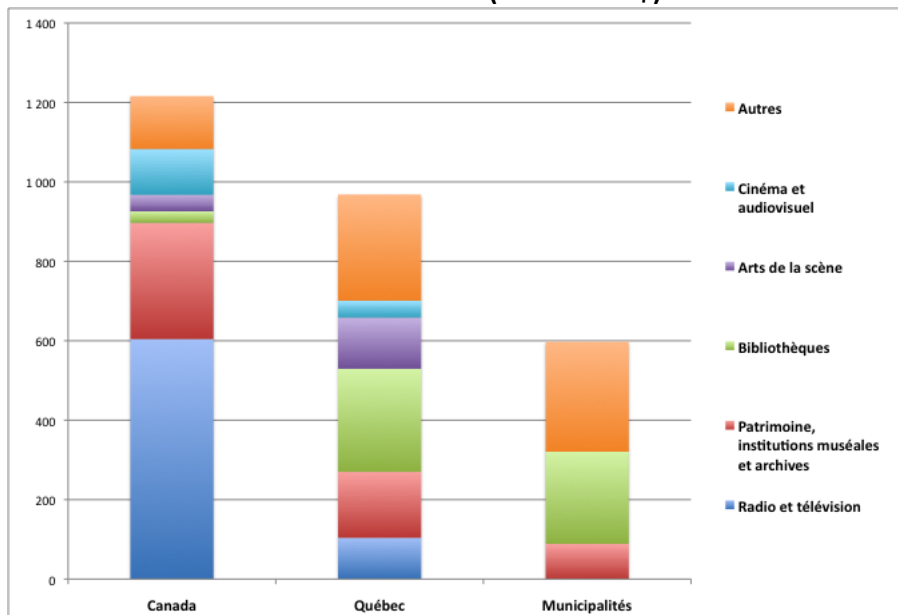
² On pourrait aussi prendre la dernière année où toutes les données sont disponibles, mais celles des municipalités sont compilées sur la base de l'année civile alors que celles des deux autres paliers le sont selon l'année budgétaire, à cheval sur deux années civiles. Donc, inutile de chercher la cohérence parfaite.

Graphique 1. Dépenses culturelles des gouvernements au Québec pour les années les plus récentes disponibles entre 2007 et 2009



Notes : excluant les parcs et lieux historiques fédéraux et incluant les dépenses de financement et l'amortissement pour les municipalités; les subventions reçues par les municipalités des autres ordres de gouvernement ont été soustraites des dépenses municipales. **Source :** OCCQ, 2011, notre recompilation.

Graphique 2. Dépenses culturelles des gouvernements au Québec selon le niveau de gouvernement pour les années les plus récentes disponibles entre 2007 et 2009 (millions de \$)



Notes : excluant les parcs et lieux historiques fédéraux et incluant les dépenses de financement et l'amortissement pour les municipalités; les subventions reçues par les municipalités des autres ordres de gouvernement ont été soustraites des dépenses municipales. **Source :** OCCQ, 2011, notre recompilation.

Il faut d'abord retenir de ce qui précède que le Québec est bien présent sur la scène de la régulation par le moyen des dépenses culturelles et des autres formes d'intervention. Québec et les municipalités injectent ensemble plus de ressources financières dans le système que le fédéral. Cependant on a raison d'affirmer qu'il y a une certaine complémentarité entre les ordres de gouvernement. Le fédéral intervient massivement dans la télévision et le cinéma alors que Québec et les municipalités assument l'essentiel des bibliothèques et aussi des arts de la scène.

L'intervention du gouvernement fédéral dans la télévision importe, car ce média est encore dominant dans les pratiques culturelles. L'impact de cette intervention est cependant mitigé par la dominance de la télévision privée sur le plan des cotes et parts d'écoute. La part dominante des cotes d'écoute télévisuelles va à TVA, une filiale du groupe Quebecor. Or, Quebecor est capitalisé en bonne partie par l'État québécois³. Ceci constitue une politique culturelle qui ne se présente pas sous cette appellation et qui n'est pas visible dans notre graphique, car il s'agit d'un investissement. En l'an 2000, lorsque le groupe ontarien Rogers a voulu prendre le contrôle du câblodistributeur Vidéotron, incluant alors la chaîne TVA, l'État québécois s'est assuré que la propriété de cette entreprise stratégique demeure au Québec en finançant en bonne partie la prise de contrôle de Vidéotron par Quebecor. Ainsi, le plus important acteur de la télévision au Québec est lié à l'État québécois alors que Radio-Canada, qui a été la plus importante institution culturelle du Québec et qui demeure importante à plusieurs points de vue, est une propriété du gouvernement fédéral. Ajoutons à ceci qu'à l'occasion d'une recherche récente (Martin *et al.*, 2010), nous en sommes venus à formuler une hypothèse à l'effet que le champ du vedettariat au Québec était possiblement polarisé entre Quebecor et Radio-Canada. Ceci importe, car le *star system* québécois est un des outils distinctifs des industries culturelles québécoises. En somme, les deux plus importants pôles médiatico-culturels au Québec sont liés par la propriété aux gouvernements du Québec et du Canada. Pour Québec, il ne s'agit pas ici d'une intervention de son ministère de la Culture et des Communications, mais plutôt de la Caisse de dépôts et placement (et selon certains, de son premier ministre d'alors, ce qui ne peut que confirmer l'importance du geste). Cependant, la Caisse se présente comme un investisseur « passif » qui ne se mêle pas de la gestion ordinaire de Quebecor Media⁴. Il demeure que Québec et Ottawa se trouvent ici aussi placés dans une sorte de confrontation subtile.

De façon générale, les politiques culturelles québécoises et canadiennes répondent à des contraintes structurelles bien connues. Le champ des médias et de la culture est, au Canada et au Québec, en fait constitué de deux champs presque totalement séparés selon la langue. Le champ francophone est doté d'un dynamisme propre, mais l'influence de l'anglais y est omniprésente. Du point de vue des marchés, le Canada anglais et le Québec ne sont pas suffisamment gros pour que le mécanisme des économies d'échelle puisse garantir des niveaux de production jugés satisfaisants, à divers points de vue, ce qui a impliqué le support de l'État pour y arriver. On peut évidemment diverger d'opinion sur ce sujet et penser que le marché devrait suffire, mais ce n'est pas le point de vue qui a prévalu jusqu'ici. Le problème de la taille du marché est particulièrement évident dans la production télévisuelle et cinématographique. Sans l'encadrement et le support de l'État, l'achat de contenu étranger devient inévitable, car il en coûte beaucoup moins cher d'acheter ailleurs plutôt que de produire ici. Une autre version du problème de la taille surgit aussi lorsqu'il s'agit de financer des équipements culturels comme,

³ La Caisse de dépôt et placement du Québec détient 45 % du capital de Quebecor Media, la filiale de Quebecor qui regroupe ses activités du domaine médiatique et culturel.

⁴ Une convention d'actionnaires limite la liberté de manœuvre de la famille Péladeau détentrice du contrôle financier majoritaire. La gestion ordinaire de Radio-Canada est aussi protégée contre les interventions du Gouvernement du Canada selon un principe dit « arm's length ».

par exemple, des bibliothèques ou des salles de spectacle. Donc Québec aide les municipalités à construire des bibliothèques. Aux États-Unis, c'est la philanthropie privée qui a construit de nombreuses bibliothèques publiques (Martel, 2006), mais ce modèle ne s'est pas établi au Québec.

Les stratégies

Les deux, ou les trois, niveaux de gouvernement affichent des politiques qui touchent l'expression artistique, l'économie de la culture, la protection des publics, les identités nationales, etc. Selon les circonstances, certains objectifs prennent le dessus. Au début du XX^e siècle, la protection des catholiques et des enfants a constitué un puissant motif d'encadrement ou de censure du cinéma. On verra plus tard s'installer d'autres motifs qui finiront par produire une industrie cinématographique bien vivante : la recherche du profit, la quête artistique, l'affirmation de l'identité québécoise, le soutien à emploi artistique. La démocratisation de l'accès à la culture prend aussi une grande place dans la formulation des politiques culturelles à une autre époque. On constate dès lors que les Affaires culturelles ne sont pas seules aux commandes des interventions culturelles. L'Éducation y joue un rôle évident, entre autres.

Il y a inévitablement des contradictions entre toutes ces interventions, mais aussi des convergences. Avec mes collègues (Martin *et al.*, 2010), nous pensons que le domaine culturel constitue peut-être le meilleur exemple de ce que certains nomment le « modèle québécois », « meilleur » signifiant ici, un endroit où on le voit bien, car certains pourraient, encore, plutôt y voir des travers. La figure qui suit nous est venue suite à une analyse principalement centrée sur les domaines du livre, du cinéma et de l'enregistrement sonore. Il s'agit ici d'une interprétation et non du résultat d'une opération quantitative. Une des caractéristiques que nous avons perçue consiste dans l'esprit de cogestion qui caractérise les interventions de l'État québécois dans le secteur culturel. Avant de poser une action, l'État interroge ses partenaires et il les associe à la gestion de certains programmes stratégiques, souvent en passant par la concertation avec des représentants des nombreux organismes collectifs du secteur. On peut citer comme exemple le rôle des comités issus du milieu dans la gestion de la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC, le banquier culturel québécois), du Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ) et de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ). Sur le « tableau de bord » de la gouvernance culturelle (dans la figure qui suit), la complicité entre les acteurs a pris le pas sur le marché comme mode de régulation (le curseur rouge est à gauche). Concurrément, la nécessité de produire (de s'exprimer artistiquement ou culturellement) réussit à s'imposer comme motif de l'activité culturelle et le motif du profit semble souvent secondaire (mais pas pour tous les acteurs). La puissance de certains conglomérats médiatiques se fait cependant sentir de plus en plus alors qu'une part croissante de la production et de la diffusion des produits culturels passe par des conglomérats adeptes de la convergence, surtout par un conglomérat qui, curieusement, a choisi l'éléphant pour représenter une de ses actions culturelles (curseur à droite vers la convergence). Il s'agit d'une sorte de filtre et d'amplificateur qui oriente de plus en plus le système vers le motif du profit. Les produits culturels québécois eux-mêmes sont fortement marqués par des caractéristiques qui permettent de les associer à la société québécoise (la langue, les types de héros, les lieux, etc.) ce qui constitue un atout pour le marché québécois, mais une difficulté pour l'exportation, à cause du mécanisme de l'*escompte culturel* qui diminue la valeur économique des biens culturels lorsqu'ils franchissent des frontières culturelles (Hoskins *et al.*, 2004, 47-48). Mais ce curseur pourrait aussi être en train de bouger (par exemple, avec le récent long métrage *Incendies*).

Le Modèle québécois comme positionnement



Source : réorganisation de la figure proposée dans Martin *et al.*, 2010.

Les opposants à l'intervention de l'État dans la société et dans la culture ont ce modèle en horreur (Hoskins *et al.*, 2004, 306). Ils y voient une complicité pour s'attribuer une rente injustifiable du point de vue de l'efficacité économique. Mais les défenseurs de l'intervention de l'État y voient une façon efficace de contrer une série de contraintes historiques, culturelles et économiques, là où le marché n'arrive pas à produire un résultat acceptable du point de vue d'une société comme celle du Québec.

Les résultats

Plusieurs résultats peuvent permettre de conclure à l'efficacité de ces politiques, bien que ces dernières ne soient pas les seuls facteurs en cause. Parmi ces résultats, les parts de marché détenues par les producteurs nationaux nous semblent de première importance. Cet indicateur comporte une dimension économique, soit la répartition des revenus ou des publics entre les producteurs et diffuseurs nationaux et extérieurs. Une part intéressante implique aussi un niveau de production suffisant pour obtenir des résultats. Elle indique aussi une compétence efficace dans la création, la production et la diffusion des produits. La part de marché révèle toutes ces dimensions. Mais cet indicateur comporte aussi une dimension communicationnelle ou culturelle, car il montre aussi le menu culturel où médiatique qui nourrit symboliquement une population. Au milieu du XX^e siècle, le Canada s'est justement doté d'une radio publique pour contrer l'envahissement des ondes anglophones par les signaux étatsuniens. Par la suite, la régulation fédérale a imposé des quotas de contenu canadien à la radio et à la télévision et elle a favorisé la production d'émissions canadiennes. Le Québec s'est aussi donné Télé-Québec, mais sans lui donner les moyens de jouer pleinement parmi les grands de la télévision.

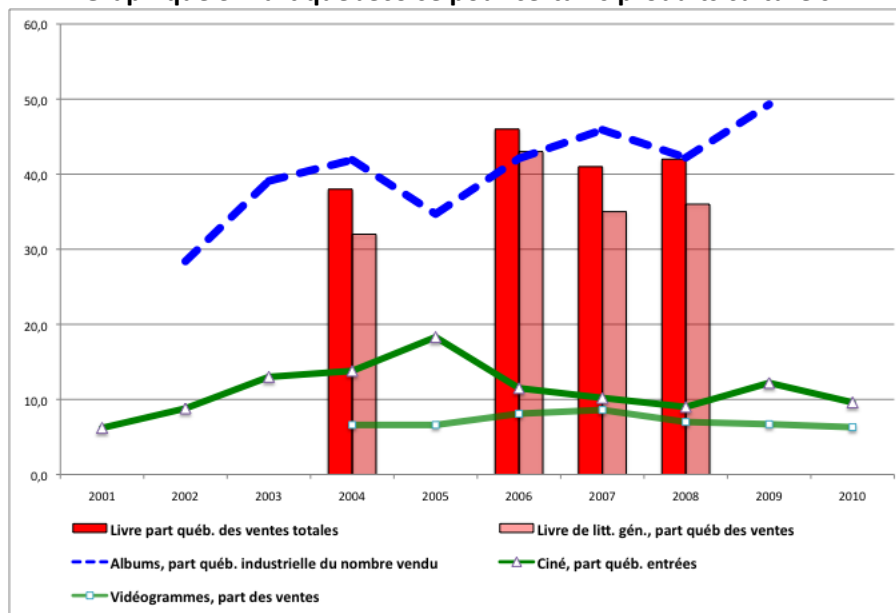
Ces mesures ne tombent pas du ciel. Leur simple établissement constitue un acte de souveraineté culturelle. Le Québec se particularise parmi les provinces canadiennes en produisant des données sur ce sujet. D'ailleurs, il se particularise plus largement par l'existence de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec, une composante de l'Institut de la statistique du Québec (ISQ). Signalons cependant que le calcul de parts québécoises pour les produits culturels implique certaines décisions méthodologiques. Un produit est-il québécois parce que son auteur est québécois ou parce que son producteur l'est ? Et si son auteur né au Québec réside à Paris ? Et si un éditeur québécois publie un auteur australien ? Ces questions trouvent des réponses, mais il faut y porter attention. Avant l'Observatoire, nous avons produit de telles données avec des moyens artisanaux (Martin, 1985 et 1986). Ce qui surprenait à ce moment et plus tard, quand l'Observatoire a produit ses premières statistiques, c'est l'étonnement des milieux concernés. Souvent, on estimait à vue de nez que les parts québécoise étaient plus faibles que celles obtenues par des méthodes plus systématiques et on craignait que la révélation de parts supérieures ne vienne mettre en danger le support reçu de l'État. Pour notre part, nous y avons vu la preuve que le système produisait des performances intéressantes et que les deniers publics étaient dépensés à bon escient.

Le Graphique 3 montre ces résultats pour quelques domaines. La télévision est absente, mais la situation y est assez simple. Les produits québécois dominent la liste des émissions à succès en français. Ceci

résulte de plusieurs facteurs dont la réglementation fédérale sur les contenus canadiens et les supports canadiens et québécois à la production. Le graphique montre la situation pour certains produits culturels. On voit d'abord une certaine irrégularité dans les parts québécoises. Ceci résulte d'un mécanisme fondamental des industries culturelles. L'absence ou la présence d'une vedette ou d'un produit vedette peut changer la donne, car les produits à succès prennent une grande part des recettes ou de la fréquentation.

La part québécoise en cinéma en salle est plus faible que celles des autres produits présents dans le graphique. La production québécoise de longs métrages tourne autour de 30 par année et les très grands succès ne sont pas toujours au rendez-vous, alors que les films étrangers arrivent en grand nombre sur nos écrans et que la propriété des salles réside majoritairement hors du Québec. Ces parts québécoises sont chèrement acquises, car le produit cinématographique coûte cher à produire, même si on réussit au Québec à produire avec moins. La performance pour la vente des vidéogrammes (DVD principalement, comportant aussi des séries télévisuelles) est un moins bonne. Pour l'enregistrement sonore et le livre, les parts québécoises sont beaucoup plus fortes, même si ce sont des marchés très ouverts à la compétition extérieure. Il s'agit de performances remarquables. Cependant, une menace se pointe avec la dématérialisation des supports. La part québécoise est inférieure pour les produits sur support numérique. Dans l'enregistrement sonore, « (e)lle se situe à 53 % pour les CD, 35 % pour les albums numériques et 7 % pour les pistes numériques, » (Fortier, 2010).

Graphique 3. Part québécoise pour certains produits culturels



Note : nous utilisons une graphie différente pour le livre à cause de l'absence de données en 2005. **Sources :** OCCQ, 2011 et Allaire, 2008 et 2010.

Conclusion

Nous ne pouvons attribuer le développement des industries culturelles au Québec à la seule intervention de l'État. La présence au Québec d'industries culturelles dynamique s'explique par plusieurs facteurs.

- Un mouvement social de survivance, puis d'affirmation politique, économique et culturelle propre au Québec.
- Un développement économique suffisant pour générer des revenus aptes à soutenir la production.
- Les stratégies des acteurs privés à la recherche de profit dans les marchés culturels (au sens le plus large).
- Les stratégies des gouvernements du Québec et du Canada, en vue de protéger et de développer, directement ou indirectement, la production et la diffusion culturelle. Un développement plus récent des politiques municipales et régionales.
- Un contexte d'ouverture très grande aux produits culturels étrangers (France, Angleterre, États-Unis) et l'adoption de plusieurs des normes culturelles provenant du monde anglo-saxon.
- La mobilisation des créateurs par le biais d'organismes de représentation très actifs et efficaces. » (Martin *et al.*, 2010, p. 113).

D'un point de vue économique, les politiques culturelles ont contribué à contrer le handicap fondamental de la petite taille du marché intérieur. Nous pourrions même dire « réussi à contrer », car si d'autres facteurs sont en cause, sans l'appui de l'État, la tâche aurait été très difficile. Plus particulièrement, sans l'aide gouvernementale, la production de séries télévisuelles et de longs métrages pour le cinéma serait fortement limitée. La situation serait peut-être moins pire dans les autres domaines, mais guère reluisante. Le « Modèle québécois » permet aux créateurs et producteurs de s'affranchir, jusqu'à un certain point, de la sanction du marché. Ceci favorise l'expression d'une créativité artistique qui ne recherche pas la rentabilité immédiate et aussi l'expression d'une vision du monde plus proche des intérêts collectifs des Québécois.

Cependant, il ne s'agit pas d'un État, mais de deux qui agissent sur un même territoire. Les deux États interviennent dans presque tous les domaines du secteur culturel, mais de façon différente. Les interventions fédérales sont plus orientées vers les assises industrielles du système culturel, soit le droit d'auteur et la radiodiffusion. Celles du Québec, allié aux municipalités, ont cherché en particulier à compenser un retard historique dans l'établissement des bibliothèques publiques qui sont devenues entretemps des lieux de diffusion d'une panoplie d'instruments culturels. L'exemple de la *Grande Bibliothèque* à Montréal est inspirant pour la suite.

Remerciements

Des remerciements vont à mes collègues du projet d'Action concertée « Le développement des entreprises et des organismes dans le secteur culturel », Michel de la Durantaye, Jacques Lemieux, Gilles Pronovost et feu Jean-Paul Baillargeon, ainsi qu'à nos étudiants assistants de recherche, en particulier à Maude Gauthier, aujourd'hui doctorante à l'Université de Montréal, pour l'analyse des politiques culturelles. Merci aussi à Serge Bernier, ancien directeur de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec et responsable en bonne partie de l'enquête sur les dépenses culturelles des municipalités.

Bibliographie

- Allaire, Benoît** (2008). Édition québécoise 2007 : exportations en hausse et baisse sur le marché national, *Statistiques en bref*, no 43. Québec : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, [En ligne :] www.stat.gouv.qc.ca/observatoire.
- Allaire, Benoît** (2010), Ventes de livres en 2008 : les éditeurs du Québec maintiennent leur part de marché, les distributeurs reculent, *Statistiques en bref*, no 63, Québec, Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, juin, 12 p. [En ligne :] www.stat.gouv.qc.ca/observatoire.
- Benhamou, Françoise** (2008), *L'économie de la culture*, 6^e éd., Paris : La Découverte, 122 p.
- Benjamin, Walter** (1939 in rééd. 2000), *Œuvres, T.3*, Paris : Éd. Gallimard. 482 p.
- Bourdieu, Pierre** (1992), *Les règles de l'art : genèse et structure du champ littéraire*, Paris : Éd. du Seuil, 480 p.
- Caves, Richard E.** (2006), Organization of Art and Entertainment Industries, dans **Ginsburg, Victor A. et David Throsby**, *Handbook of the Economics of Arts and Culture*, Amsterdam : Elsevier, 1400 p.
- Donnat, Olivier** (1988), Politique culturelle et débat sur la culture, *Esprit*, novembre, 90-102.
- Farchy, Joëlle et Dominique Sagot-Duvaurox** (1994), *Économie des politiques culturelles*, Paris : Presses Universitaires de France, 183 p.
- Fortier, Claude** (2010). Ventes d'enregistrements sonores au Québec : Les albums québécois maintiennent leurs ventes en 2009, *Statistiques en bref*, no 61, Québec, Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, juin, 24 p. [En ligne :] www.stat.gouv.qc.ca/observatoire.
- Horkheimer, Max et Theodor W. Adorno** (1947 in rééd. 1983), *La dialectique de la raison*, Paris : Éd. Gallimard, 281 p.
- Hoskins, C., S. McFadyen et A. Finn** (2004) *Media Economics*, Sage, Thousand Oaks (Cal.), 356 p.
- Laurin, Camille (ministre resp.) et al.** (1978), *La politique québécoise du développement culturel, Volume 2*, Québec : Gouvernement du Québec, 472 p.
- Martel, Frédéric** (2006), *De la Culture en Amérique*, Paris : Gallimard, 620 p.
- Martin, Claude** (1985), Comme des petits pains chauds. Essai d'économie industrielle du best-seller en français au Québec, *Communication information*, U. Laval, VII, 3, 107-127.
- Martin, Claude** (1986), Des best-sellers en tous genres. *Cahiers de recherche sociographiques*, UQÀM, IV, 2, 111-128.
- Martin, C., M. de la Durantaye, J. Lemieux, G. Pronovost, J.-P. Baillargeon et al.**, (2010). *Le Modèle québécois des industries culturelles. Livre, enregistrement sonore, longs métrages, jeux vidéo, bibliothèques*, rapport de recherche remis au Fonds québécois de recherche sur la société et la culture et aux partenaires de l'Action concertée « Le développement des entreprises et des organismes dans le secteur culturel », 2010, en deux parties, 127 et 23 p. [En ligne :] www.stat.gouv.qc.ca/observatoire/publicat_obs/pdf/Rapport_final_Claude_Martin_dec_2010.pdf.
- Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ)** (2011), suite de tableaux mis à jour en continu dans l'onglet « Données statistiques », [En ligne :] http://www.stat.gouv.qc.ca/donstat/societe/culture_comnc/index.htm, consultés en février et mars 2011,
- Throsby, David**, (2006), Introduction and Overview, dans **Ginsburg, Victor A. et David Throsby**, *Handbook of the Economics of Arts and Culture*, Amsterdam : Elsevier, 1400 p.
- UNESCO** (2005), *Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles*, 17 p., en ligne : <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001429/142919f.pdf>, consulté le 8/3/2011.
- UNESCO** (2006), *Les industries culturelles*, document produit lors du 60^e anniversaire de l'UNESCO, en ligne : http://www.unesco.org/bpi/pdf/memobpi25_culturalindustries_fr.pdf, consulté le 8/3/2011.

Wallach, Jean-Claude (2006), *La culture, pour qui? : Essai sur les limites de la démocratisation culturelle*, Toulouse : Éditions de l'Attribut, 120 p.