

***« Les statistiques face aux défis de la diversité culturelle
dans un contexte de globalisation »***

Économie et culture : deux études de cas en Colombie

David Melo

**Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe
CERLALC, Bogotá, Colombie**

Économie et culture : deux études de cas en Colombie

David Melo
Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe
CERLALC, Bogotá, Colombie

1. Le premier cas : l'édition et la commercialisation du livre

Le Centre régional de promotion des livres en Amérique latine et dans les Caraïbes, ou le CERLALC de ses initiales en espagnol (*Centro Regional Para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe*), a été créé à la fin des années 80 grâce au parrainage et au soutien technique de l'UNESCO. Le CERLALC s'est donné pour tâche de développer une méthodologie qui pourrait être adaptée à la situation de chaque pays de la région et qui serait axée sur la production de statistiques fiables pouvant illustrer la véritable configuration du secteur de l'édition, de même que son évolution, ses tendances et ses possibilités de développement.

Dans cette perspective et avec la collaboration du *Grupo Interamericano de Editores* (GIE - Groupe interaméricain des éditeurs), le CERLALC a tenu la Réunion technique des personnes responsables de la production de statistiques sur les livres, à l'occasion de la Biennale du livre de Sao Paulo en 1992. Les principaux objectifs de la rencontre étaient, d'abord et avant tout, d'établir un diagnostic de la situation par rapport à la production de statistiques sur l'édition en Amérique latine et, ensuite, de bâtir un système régional d'information sur l'édition de livres qui soit pourvu d'une composante statistique dont la méthodologie permettrait d'obtenir des résultats à jour, qui soient fiables et comparables. Les points suivants figurent parmi les ententes globales les plus significatives qui sont ressorties de la rencontre :

- Confier la coordination générale du projet au CERLALC et demander à la Chambre du livre, qui a constitué le GIE, d'assumer la responsabilité d'établir un bureau directeur dans chaque pays avec le soutien des ressources gouvernementales appropriées.
- Définir les thèmes généraux à inclure dans un sondage visant à déterminer les points essentiels, qui devraient assurément être obtenus de sources primaires.

À la suite de la rencontre, le CERLALC et le GIE ont étudié les différentes propositions méthodologiques axées sur l'obtention et sur la présentation des données représentatives du secteur. Quelques mois plus tard à Buenos Aires, ils ont convenu que la manière la plus efficace d'obtenir de l'information était de mener des sondages directement auprès des

maisons d'édition, sélectionnées préalablement au moyen d'un plan d'échantillonnage. Le modèle méthodologique retenu a été élaboré par les chercheuses Marta Oliveira et Elizabeth de Melo de la Fondation Joao Pinheiro de Bello Horizonte, désignée à l'époque pour représenter la Chambre brésilienne du livre.

Le CERLALC a fait appel à des chercheurs et leur a demandé de soumettre une proposition adaptée aux besoins des deux pays qui devaient faire l'objet de la recherche, soit la Colombie et l'Argentine. La Cámara Brasileira del Libro (Chambre brésilienne du livre) a été chargée de poursuivre l'étude au Brésil et elle publie actuellement ses résultats sur une base trimestrielle. La Cámara Colombiana del Libro (Chambre colombienne du livre) a mené des études annuelles depuis 1994. La Chambre argentine a intégré le projet en 1994 et elle a réalisé trois études consécutives. Les Chambres du livre du Chili, de Cuba, de l'Équateur, du Paraguay et du Venezuela ont adopté la méthodologie en 1996, mais n'ont pas mené de recherches sur une base périodique. La Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (la Chambre nationale de l'industrie mexicaine de l'édition), qui a produit ses statistiques en utilisant une autre méthodologie jusqu'en 1996, a adopté la méthodologie du CERLALC à partir de 1998 et elle mène actuellement sa quatrième étude consécutive. La Chambre péruvienne du livre termine sa deuxième étude, et les Chambres du livre du Costa Rica et de la Bolivie mènent actuellement leur première étude.

La dernière Réunion régionale des experts en statistiques sur l'édition et la commercialisation du livre s'est tenue en novembre 2000. Des représentants de la Chambre du livre de douze pays ont participé à la rencontre. À cette occasion, des modifications ont été apportées à la méthodologie et des accords ont été convenus visant à favoriser la comparaison des résultats des études menées par les pays.

La structure méthodologique du CERLALC

Le plan de recherche a été défini selon le concept de la « chaîne du livre » de l'UNESCO, tel que décrit dans son document *Políticas Nacionales del Libro* (Politiques nationales du livre). (Voir le graphique reproduit par le CERLALC)

Parmi les différentes composantes de la chaîne, l'accent est mis sur les maisons d'édition, sur les importateurs et sur les vendeurs de livres (distributeurs, libraires et réseaux de distribution). Aux fins de la présente recherche, chaque groupe est classé comme un univers indépendant.

Selon leur statut juridique, les sociétés de l'édition sont classées comme éditeurs industriels, éditeurs universitaires, éditeurs d'auteurs et éditeurs d'une personne, organismes du gouvernement, fondations, associations et instituts, organismes internationaux, institutions religieuses ou sociétés privées non éditrices.

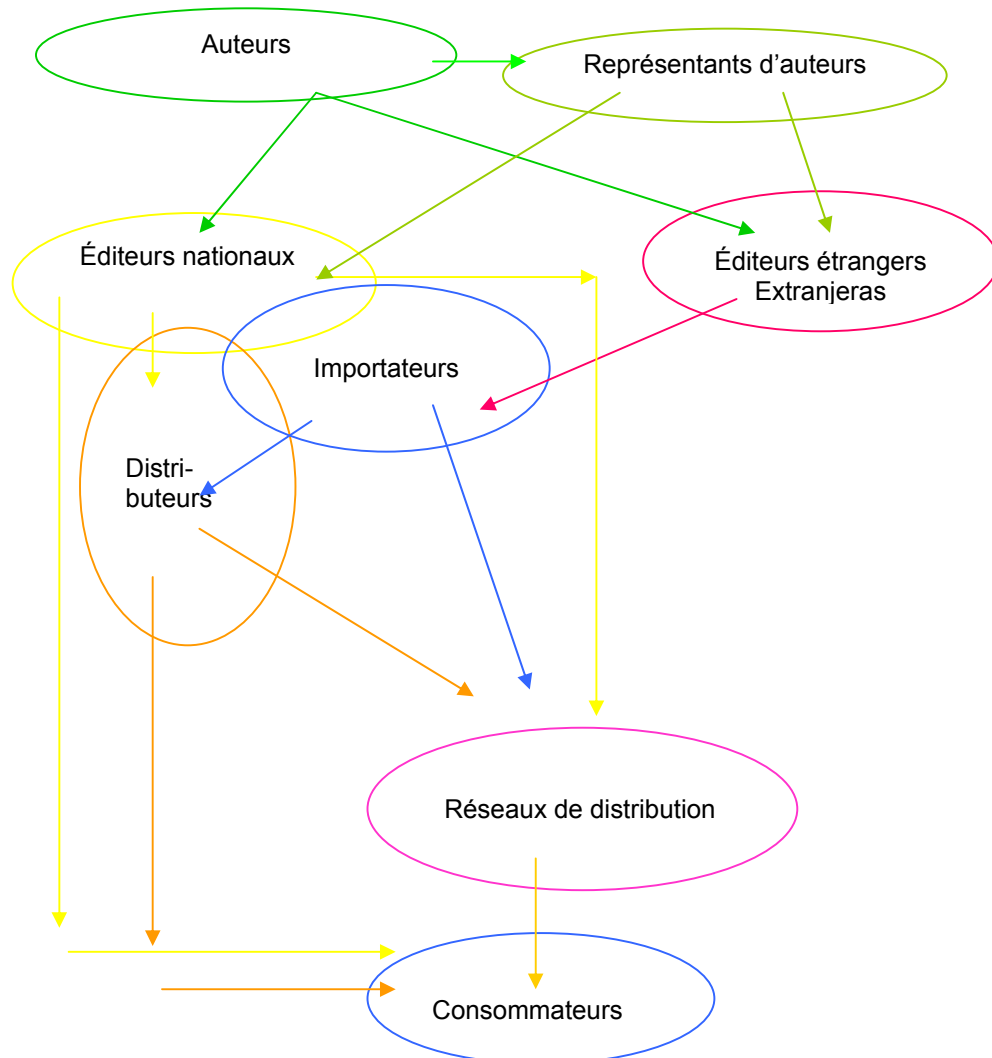
Le CERLALC et le GIE ont concentré leurs études essentiellement sur les grandes maisons d'édition, car elles fournissent des statistiques figurant parmi les plus représentatives de la chaîne du livre de la plupart des pays. Certains pays ont commencé à considérer le secteur de l'importation comme une composante importante de l'étude visant à déterminer la consommation nationale des produits de l'édition. À partir de l'an prochain, une première étude pilote sera menée sur la situation des réseaux brésiliens de distribution. Parallèlement aux études réalisées dans le but d'analyser l'aspect de l'approvisionnement dans le secteur

de l'édition, le CERLALC a participé à plusieurs projets pilotes consacrés à l'étude de la consommation de livres et des habitudes de lecture.

La méthodologie utilisée par le CERLALC pour établir des statistiques sur l'édition et sur la commercialisation du livre consiste à recueillir de l'information au moyen de sondages, appliqués à un échantillonnage stratifié qui est représentatif des sociétés d'un univers préalablement déterminé.

Dans le cas de l'étude sur les grandes maisons d'édition, l'échantillon englobe les sociétés privées qui éditent régulièrement des livres destinés à la vente. Lorsque toutes les grandes maisons d'édition sont répertoriées, elles font l'objet d'une stratification. À cette fin, deux critères de classification ont été établis relativement au comportement de la production et à celui du marché : le sous-secteur d'édition qui leur est propre et la taille de l'entreprise.

Figure 1
La chaîne du livre



Les sous-secteurs de l'édition considérés dans la présente étude sont les suivants :

- Didactique : sous-secteur réservé exclusivement aux entreprises qui publient des manuels scolaires pour l'enseignement primaire et l'enseignement secondaire, de même que des outils paradidactiques et parascolaires. Les entreprises qui publient des manuels destinés à l'enseignement universitaire n'en font pas partie.
- Intérêt général : les entreprises qui publient des livres dans les catégories de la littérature, des arts, de la croissance personnelle, des sports et du divertissement, de l'éсотérisme, de la santé et du bien-être, du voyage, de la cuisine, de la nutrition et de l'économie familiale, ainsi que des ouvrages de consultation.

- Religions : les entreprises qui publient toutes sortes d'ouvrages religieux à l'intention des religions et des sectes.
- Sciences, techniques et professions : les entreprises qui publient des manuels universitaires (autres que des manuels didactiques), des ouvrages scientifiques et techniques sur la philosophie et la psychologie, de même que des ouvrages sur l'écologie, la géographie et l'histoire.
- Collections : les entreprises qui publient des collections générales, des encyclopédies et des publications en série. Ces entreprises pourraient faire partie du sous-secteur d'intérêt général, mais en raison de leurs caractéristiques commerciales particulières et de leur grand nombre dans l'échantillon étudié, nous en faisons un sous-secteur séparé.

La classification des entreprises d'édition selon la taille est effectuée en fonction de la valeur des ventes de livres et elle est subdivisée en quatre catégories : les micro-, les petites, les moyennes et les grandes entreprises.

Nous avons cherché à rassembler des données homogènes dans les pays visés par notre étude afin d'obtenir des résultats comparables. À cette fin, nous avons déterminé certains contenus de base (et certaines variables) pour les questionnaires de sondage, même si les pays étaient libres de définir les caractéristiques et le degré d'insistance des thèmes à considérer en cours de recherche, selon le besoin d'information de chaque membre des organismes concernés. Les principaux thèmes à inclure dans la recherche figurent ci-dessous.

L'édition

Le premier indicateur défini à partir des études du CERLALC est celui du nombre de titres et d'exemplaires publiés sous forme de première édition ou d'éditions subséquentes et de réimpressions.

Le titre est le nom qui identifie un ouvrage et, pour autant, réfère à une publication imprimée, composée d'un ou de plusieurs volumes. Le titre est le nom en propre d'un ouvrage particulier, et plusieurs exemplaires d'un titre peuvent être tirés.¹ Par exemplaire, nous entendons chaque exemplaire de chacun des livres qui composent une édition ou un tirage. De même, par exemplaire, nous entendons chacun des livres qui composent une édition ou un tirage².

Le terme de première édition signifie la première parution sur le marché, publiée par une entreprise donnée, d'un titre qui a été créé à partir d'une œuvre originale ayant des caractéristiques uniques et qui a été destiné par un auteur ou un éditeur au processus d'impression. Une nouvelle édition est effectuée lorsque l'ouvrage original est réédité, c'est-

¹ Roca Linn, Luis, 2 « *Glosario del Libro y la Edición* » (Glossaire du livre et de l'édition), CERLALC Magazine. *Serie profesional del Libro y la Edición No. 2*. (Série professionnelle du livre et de l'édition n° 2), page 74.

² *Ibid.*

à-dire lorsque des changements importants sont apportés concernant le retrait, la modification et l'addition de texte ou d'illustrations. Une réimpression est le processus par lequel le livre original est imprimé à nouveau sans faire l'objet de modifications, c'est-à-dire que les mêmes caractéristiques et les mêmes données de catalogue prévalent³.

Le deuxième indicateur défini à partir des études du CERLALC est celui de la production selon le domaine. Il renvoie au nombre de titres publiés et au total de tirages selon le répertoire ISBN.

Le répertoire sert de guide à la classification des ouvrages qui ont été publiés sur différents sujets. Le répertoire actuel utilisé dans tous les pays de la région a été créé par le CERLALC et approuvé par la Deuxième réunion des agences nationales ISBN en Amérique latine. Il est constitué de dix grands thèmes qui sont identifiés par trois chiffres de 000 à 999 et qui comprennent des sous-thèmes et des notes, dans lesquelles sont inclus ou insérés des milliers de sujets et autres matières.

La numérotation des domaines se présente comme suit : 000 Sujets généraux; 100 Philosophie et psychologie; 200 Religion; 300 Sciences sociales; 400 Linguistique; 500 Sciences pures; 600 Technologie et sciences appliquées; 700 Arts, loisirs et sports; 800 Littérature; 900 Histoire et géographie.

Aux fins de notre étude, nous avons dressé un répertoire sur la base des neuf regroupements indiqués ci-dessus, auxquels nous avons ajouté un groupe 1 000 qui renvoie spécifiquement aux titres publiés comme manuels scolaires. Dans le compte rendu des résultats, nous présentons une analyse de l'édition de livres pour laquelle nous avons établi une classification en onze sous-secteurs.

Le troisième indicateur est celui des traductions; il se rapporte aux ouvrages publiés originellement dans d'autres langues et traduits ensuite en espagnol ou en portugais. Un autre indicateur s'applique, pour sa part, aux ouvrages publiés dans des langues autres que l'espagnol et le portugais. Finalement, cette information indique que les ouvrages et les exemplaires ont fait l'objet d'une coédition, le cas échéant. La coédition signifie l'association de deux ou plusieurs éditeurs qui sont disposés à produire une édition et à la publier. Il arrive que des entreprises de statut juridique différent (par ex., des universités, des organismes gouvernementaux, des grandes maisons d'édition, des sociétés privées et des ONG) s'associent dans un projet d'édition.

Les ventes

L'indicateur des ventes se rapporte au nombre de titres et d'exemplaires vendus dans chaque sous-secteur d'édition, de même qu'aux recettes globales nettes du marché intérieur et du marché de l'exportation. L'analyse porte également sur les méthodes utilisées par les maisons d'édition pour la vente de livres. Nous observons deux types de base : la vente par les distributeurs et la vente directe à différents réseaux de commercialisation. La liste des réseaux de commercialisation est la suivante :

- Librairies traditionnelles et virtuelles.

³ *Ibid.* p. 65 et 68.

- Comptoirs de revues et de journaux, y compris les kiosques.
- Magasins à grande surface : les centres commerciaux, les chaînes de magasins et les supermarchés.
- Foires du livre et autres événements.
- Gouvernement : ventes au gouvernement local, régional ou national.
- Écoles.
- Bibliothèques et centres de recherche.
- Sociétés privées : ventes aux entreprises commerciales ou industrielles dont les activités ne sont pas reliées au monde du livre.
- Ventes aux associations de parents et de professeurs ou à d'autres associations similaires.
- Salles de vente de la maison d'édition.
- Mise en marché directe (ventes directes à crédit ou ventes par démarchage).
- Ventes par envois postaux ou ventes à des clubs du livre du mois.
- Internet.

Le marché de l'exportation

Nous avons établi un indicateur pour le nombre d'ouvrages et d'exemplaires publiés à l'échelle nationale puis exportés. Cet indicateur précise en outre la valeur des exportations pour chaque pays visé. Compte tenu que certaines entreprises font de l'exportation sans être elles-mêmes des maisons d'édition ou sans en faire partie (comme c'est le cas des distributeurs et des graphistes), il est important d'aller chercher une information secondaire auprès des ministères du Commerce international ou de l'Économie, des agences des douanes et des instituts nationaux de statistiques, qui pourront fournir un portrait général des chiffres totaux en matière d'exportation.

Nous avons établi également un indicateur selon le pays d'origine et la valeur monétaire du nombre d'ouvrages et d'exemplaires importés par les maisons d'édition. Comme dans le cas des exportations, il est de prime importance d'obtenir une information secondaire afin de pouvoir déterminer le nombre total de livres importés des maisons d'édition étrangères et vendus au pays. Cette information permet par ailleurs d'observer les tendances et la taille du marché du livre, à la fois par rapport à la production nationale et par rapport à la production extérieure.

Les droits d'auteur

Lorsqu'un auteur cède le droit de publication de son ouvrage, il signe un contrat de publication qui est établi en vertu des règlements en vigueur concernant la propriété intellectuelle. Compte tenu de cette situation, le CERLALC vise à déterminer quels sont les ouvrages qui prêtent au paiement de redevances, de même que les sommes payées à cet effet à l'intérieur du pays et à l'étranger.

L'emploi

L'indicateur de l'emploi se rapporte au nombre d'employés des maisons d'édition qui travaillent en vertu d'un contrat permanent ou temporaire. Les employés permanents

figurent sur la liste de paye mensuelle. Les employés temporaires sont engagés par l'entreprise pour assumer des fonctions particulières ou occasionnelles sur une courte période. Les pigistes, qui sont engagés pour assumer une tâche spécifique, ou dont les services sont retenus sur une base contractuelle, font partie également de la catégorie des employés temporaires. Dans les cas où les services d'une même personne sont retenus à plus d'une occasion, nous comptons cette personne une seule fois dans les statistiques.

Le questionnaire de sondage est conçu selon les caractéristiques propres à la réalité de chaque pays. Il contient des annexes sur les sujets et des directives qui servent de guide pour le remplir. L'application de ce questionnaire permet d'accumuler des données quantitatives sur les variables les plus pertinentes concernant l'édition et le marché du livre. Pour obtenir l'information voulue, nous faisons parvenir le questionnaire à la personne désignée dans chacune des entreprises pour qu'elle y réponde. Étant donné que nous maintenons un lien constant avec chaque participant au sondage, en communiquant fréquemment avec lui et en assurant un suivi serré, nous obtenons de l'information fiable sur toutes les entreprises visées.

Lorsque les questionnaires sont remplis, ils sont envoyés au CERLALC qui en fait la classification et la révision avant de les retourner aux répondants dans leur pays respectif, en leur permettant ainsi de participer au processus de consolidation des résultats. Puis les questionnaires sont retournés sans révéler l'identité de l'entreprise d'où ils proviennent, ce qui garantit la confidentialité de l'information qu'ils contiennent. Les résultats de la recherche sont ensuite analysés et validés par des experts du domaine visé. Les chiffres ainsi obtenus sont placés dans un diagramme ou un graphique qui ne contient aucune mention relative à l'identité des entreprises participantes.

Une fois le processus terminé, un document est rédigé sur les résultats de la recherche dans lequel figurent les chiffres obtenus pour les différentes variables proposées dans le questionnaire. Ces variables sont analysées en sous-groupes selon les directives préétablies pour la configuration et la distribution du groupe de l'univers.

2. Le deuxième cas : les indicateurs de l'impact économique des industries culturelles en Colombie

Le Convenio Andrés Bello et le ministère colombien de la Culture ont financé un groupe de recherche pour évaluer l'impact économique du secteur culturel au pays, d'octobre 1999 à juin 2001. Le groupe a effectué un examen bibliographique exhaustif et a adopté, dans le cas de secteurs additionnels, les processus méthodologiques élaborés par le CERLALC pour l'industrie de l'édition. Par ailleurs, ce plan méthodologique a été complété par des propositions de recherche définies dans deux documents :

- *L'impact économique des industries protégées par le droit d'auteur*, préparé par une firme colombienne nommée Pachón Asociados, à la demande de la Direction générale du droit d'auteur et du CERLALC en 1989.
- *Las industrias de la cultura y el ocio en España* (Les industries de la culture et des loisirs en Espagne), préparé par les chercheurs María Isabel García, Yolanda

Fernández et José Luis Zofío pour la « Fundación Autor » de la Sociedad General de Autores de España, SGAE, en 2000.

Si les chercheurs avaient fondé leur recherche sur une définition anthropologique du concept de la culture, ils auraient dû étudier l'impact économique de la presque totalité des activités de production humaine car, en définitive, toute activité fait partie de la culture d'un être humain.

À l'opposé, les chercheurs auraient pu présumer une définition bien plus restreinte, en considérant la culture comme les profanes la considèrent habituellement, c'est-à-dire comme un ensemble d'activités artistiques (par ex., l'opéra, la lecture des classiques de la littérature, la peinture ou la musique), qui sont pratiquées généralement par un groupe donné de personnes formées sur le plan scolaire ou intellectuel.

En cherchant une définition qui leur permettrait de circonscrire l'étendue de la recherche établie par le Convenio Andrés Bello et le ministère de la Culture, les chercheurs ont trouvé une définition donnée par l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO). Selon l'UNESCO, et selon l'Étude de l'économie et de la culture, les possibilités de dérivation commerciale de la création artistique sont intimement liées au droit d'auteur. L'UNESCO propose le concept « d'industrie culturelle », introduit dans les années 50 par Theodor Adorno et Max Horkheimer de l'École de Francfort pour décrire principalement « la culture technologique de masse par opposition à l'option de la production culturelle authentique et individuelle des arts purs »⁴.

La définition de l'UNESCO, proposée à la fin des années 90, élimine la différenciation entre la culture de masse et la culture de l'élite, tel que suggéré par Adorno, et introduit la notion d'industrie culturelle associée au concept de création ou de créativité, entendu au sens large. Et, aux fins d'articulation des dimensions abstraites, telles que la culture, l'art, la création ou la créativité, avec d'autres dimensions très concrètes, tels que l'industrie, l'économie et le marché, l'UNESCO établit un rapport entre sa définition d'industrie culturelle et le droit d'auteur : les industries culturelles sont celles qui reproduisent et commercialisent, à l'échelle industrielle, les œuvres protégées par le droit d'auteur, sur la base d'un soutien matériel. De cette manière, les trois domaines que sont la culture, l'économie et le droit sont reliés. Pour certains, cette relation est difficile à concilier.

Le cadre juridique du droit d'auteur constitue, d'un point de vue judiciaire, un fondement approprié à la réglementation de la commercialisation de l'activité culturelle, qui a pris de l'importance d'un point de vue économique, même si pour la plupart des gens, sa valeur est ou devrait être fondamentalement immatérielle. Cette réglementation est réclamée traditionnellement par les artistes ou les créateurs, qui veulent ainsi obtenir une reconnaissance sociale concernant la validité de leur œuvre et l'importance d'établir des conditions de durabilité pour effectuer leur travail de création, et elle trouve une assise judiciaire dans le droit d'auteur et dans la viabilité financière des industries culturelles.

Évidemment, nous reconnaissons que les gouvernements doivent jouer un rôle clé dans l'application des politiques de promotion de la créativité. Or, nous croyons qu'il ne faut pas leur déléguer toute la responsabilité de sauvegarder et de promouvoir un processus de

⁴ « Impacto de la Cultura en la Economía Chilena » (Impact de la culture sur l'économie chilienne). Ministère de l'Éducation du Chili. Convenio Andrés Bello.

développement culturel qui reflète la pluralité des points de vue coexistant dans nos sociétés. Selon la recommandation des spécialistes des politiques publiques en la matière, le processus devrait alors refléter cette pluralité d'une manière qui contribue vraiment à susciter un dialogue interculturel visant à favoriser la participation des citoyens, à renforcer le tissu social et à bâtir une société plus démocratique, pour ne mentionner que quelques-uns des objectifs d'une politique culturelle.

L'Étude de l'économie et de la culture⁵ est le nom donné à l'analyse conjointe des objectifs du secteur public et des initiatives d'investissement privé dans le secteur culturel. Cette recherche vise à démontrer d'abord que le secteur culturel n'est pas seulement un ensemble d'activités tributaires d'indemnités et d'assistance, même s'il est admis que les travailleurs culturels sont ceux qui ont le plus besoin de l'aide gouvernementale. Elle vise à démontrer ensuite que pour contribuer au maintien d'une production diversifiée de qualité, il est nécessaire d'élaborer des politiques de promotion publique qui s'adressent aux industries culturelles, compte tenu de leur contribution à l'économie et, plus précisément, à la promotion et à la diffusion des expressions de la culture les plus diverses, entendues au sens large.

Dans leur étude sur l'impact économique des industries culturelles, les chercheurs ont rencontré un obstacle de taille, qui a consisté indubitablement à essayer de jeter un pont entre le monde de l'économie et le monde de la culture. Du point de vue des économistes, toutes les activités humaines ont des répercussions économiques; du point de vue des chercheurs des domaines de la culture, surtout en sciences sociales et en anthropologie, toutes les activités humaines s'inscrivent dans un processus culturel. Par conséquent, il devrait être évident que la relation entre l'économie et la culture est incontestable.

Cela étant dit, comment se fait-il que la plupart des analyses effectuées par les économistes n'incluent pas la dimension industrielle ou commerciale de la culture? Et encore, comment se fait-il que la plupart des promoteurs culturels actifs considèrent fréquemment comme négligeable toute commercialisation de la production culturelle? Enfin, comment se fait-il que, dans les cas les plus extrêmes, ils semblent réprouber totalement de parler de produits et de services culturels, en préférant parler exclusivement des processus sociaux servant à bâtir la culture?

Peut-être faudrait-il souligner qu'à notre avis, l'Étude de l'économie et de la culture ne devrait pas se limiter uniquement à l'analyse du secteur culturel dans sa relation avec les marchés, les industries ou le commerce. En ce qui a trait aux activités culturelles, il s'agit sans aucun doute du sujet le moins étudié par les économistes et les experts de la culture. Que savons-nous des entreprises culturelles? Que signifie l'industrialisation de la culture? Ne concerne-t-elle pas la production culturelle plutôt que l'aspect artisanal? Les activités de création intellectuelle qui sont commercialisées par les industries aux fins de la consommation de masse — en Colombie, par exemple, les feuilletons télévisés, la musique *vallenato*, la publicité à la radio, les photos ou les essais publiés par la presse — peuvent-elles être considérées comme partie intégrante de la culture d'un pays? Quelle est la

⁵ « Étude de l'économie et de la culture » est le nom de l'équipe de recherche formé par le Convenio Andrés Bello et le ministère colombien de la Culture. Ramiro Osorio Fonseca, Fernando Vicario, Miguel Durán, María Cristina Serge, Claudia Antonia Arcila, Javier Andrés Machicado, Sylvia Amaya, Rafael Gutiérrez et Omar López ont été membres de l'équipe. Leurs textes sont pris en considération dans notre exposé.

contribution de ces activités à l'économie nationale et quelles sont les politiques requises pour leur développement et leur reconnaissance?

L'Étude de l'économie et de la culture s'est penchée certes sur ce genre de questions, mais elle a adopté par ailleurs une approche plus large et n'a pas exclu le rôle fondamental du gouvernement dans la promotion de la culture. Jorge Orlando Melo⁶ souligne que ce genre d'étude est relativement récent. Selon lui, les précurseurs en la matière sont William Baumol et William Bowen avec leur étude sur l'économie des arts de la scène publiée en 1966.⁷ J.O. Melo explore les diverses façons d'étudier la relation entre ces deux disciplines, principalement par une approche de la délimitation de la fonction de l'État. Le marché permet-il une attribution efficace des ressources dans ce domaine (la culture) et la satisfaction des besoins sociaux? L'intervention de l'État s'explique-t-elle par des raisons économiques lorsqu'elle consiste à réglementer, protéger ou financer des activités culturelles?⁸

J.O. Melo croit que le plus grand défi de ce genre d'étude consiste à déterminer la manière de financer des activités culturelles et l'envergure du soutien garanti par l'État. « Pour certains économistes, il n'y a pas de raison d'empêcher que la fabrication des produits culturels réponde aux préférences du consommateur, qui s'expriment sur le marché par l'achat de billets de spectacles ou d'événements culturels, ou par l'acquisition d'œuvres d'art ou de produits industriels qui les incorporent, tels que les livres ou les disques. » Et il poursuit : « Cette prise de position va totalement à l'encontre de la perception habituelle, surtout dans nos pays, des responsabilités culturelles de l'État. »

« Du point de vue strictement économique, de bons arguments peuvent justifier l'octroi de subventions à la culture. En d'autres termes, il peut être normalement soutenu que les transactions sur le marché ne donnent pas toujours de bons résultats dans le domaine de l'art ou de la culture. Les mauvais résultats peuvent être attribués en majeure partie à des effets externes positifs. C'est le cas des effets qui découlent du bénéfice collectif de la jouissance individuelle des produits culturels ou de ceux qui proviennent de la préservation du patrimoine culturel pour les générations futures. C'est le cas également des effets qui se rapportent à la théorie du bien-être et qui sont fondés sur la présence de larges segments de population à faible revenu. Aux considérations économiques, nous pouvons ajouter les arguments sociaux et politiques ou les évaluations d'ordre éthique de l'activité culturelle pour justifier le fait que l'État prélève des taxes auprès de la collectivité afin de pouvoir augmenter l'offre culturelle en subventionnant certaines activités. »

Supposons qu'une activité culturelle génère des effets externes positifs au moment où la collectivité acquiert un produit ou un service culturel par un échange économique. Martín Hopenhayn⁹ mentionne certaines formes que peuvent prendre les avantages positifs découlant d'une activité culturelle : « (...) la culture est de plus en plus importante dans la dynamique du développement. Les nouveaux modes de production et d'utilisation dans le

⁶ Voir « Economía, Cultura y Mecenazgo », communication écrite par Jorge Orlando Melo pour le Séminaire sur l'économie et la culture qui a été organisé en 1999 par le Convenio Andrés Bello et le ministère de la Culture. Disponible sur le site Web de la Biblioteca Luis Angel Arango.

⁷ « Performing Arts: The Economic Dilemma », William Baumol et William Bowen, 1966.

⁸ Jorge Orlando Melo, *op. cit.*

⁹ Voir « El lugar de la fatalidad, el lugar de la esperanza: América Latina y la aldea global » (« La place de la fatalité, la place de l'espoir : l'Amérique latine et le village mondial »), communication présentée à la Conférence sur l'économie et la culture à Bogotá en mai 2000.

domaine de l'information et des communications constituent un facteur déterminant sur le plan de la concurrence économique, que ce soit pour l'emploi, l'établissement de consensus, l'élaboration de politiques ou l'exercice de la citoyenneté ».

Le fonctionnement du marché en termes d'offre et de demande des biens et des services culturels ne nous permet pas de mesurer le bénéfice additionnel qu'il procure à la collectivité. Du point de vue de la théorie de l'économie, des politiques claires permettent de déterminer ce bénéfice, jusqu'à un point d'efficacité qui tient compte des avantages de la production culturelle, tant pour la collectivité que pour l'individu. Ces politiques prennent habituellement la forme de taxes ou de subventions de l'État. Pour ne citer qu'un exemple, les coûts de restauration de monuments historiques font l'objet d'un traitement grandement favorable sur le plan des taxes dans la grande majorité des pays, sur la base du concept voulant que toute la collectivité profite de la préservation du patrimoine national.

Lorsqu'une activité, culturelle par exemple, qui génère des effets externes positifs ne jouit pas de subventions de l'État, les prix auxquels ses produits sont négociés ne reflètent pas le bénéfice collectif réel supposément engendré par sa consommation, mais reflètent seulement la valeur individuelle, en créant bien souvent un marché trop petit pour les produits en question. Selon la théorie de l'économie, l'État doit subventionner la consommation des biens ou des services de cette activité en accordant une somme qui prend en considération la différence subjective entre l'effet externe additionnel supposément inhérent à la consommation d'une unité additionnelle d'un produit, en l'occurrence un produit culturel, et le bénéfice individuel additionnel généré par ce produit au profit du producteur. Autrement dit, la subvention doit être équivalente au bénéfice collectif additionnel que la consommation d'un produit culturel procure à la collectivité. Grâce à ce genre de subvention, les biens et les services culturels peuvent atteindre un plus grand marché à des prix moins élevés. Nous pouvons alors parler d'un niveau de consommation et/ou de production socialement rentable; alors que sans subvention, cette rentabilité ne s'observe plus au niveau social, mais uniquement au niveau individuel.

Il ne règne pas de consensus général, cependant, quand vient le moment de classer tous les biens et les services culturels comme générateurs d'effets externes positifs. Quel est le bénéfice collectif obtenu des produits des industries culturelles? Ou encore, lesquels de ces produits sont plus appropriés et plus rentables au niveau social qu'au niveau économique?

Il faut examiner soigneusement et spécifiquement quels types de produits culturels génèrent réellement des cercles vertueux dans le domaine social et dans le domaine de la production. Il est possible que ces produits culturels démontrant un degré élevé de dynamisme économique ne correspondent pas aux produits qui, généralement, procurent des effets externes positifs. À cet égard, les indicateurs de l'impact social des industries culturelles méritent d'être examinés. Les questions soulevées ci-haut doivent également être prises en considération quand vient le moment d'établir les directives servant à formuler les politiques appropriées de soutien de l'activité culturelle. Les politiques devraient viser la subvention de ce qui engendre vraiment ce type d'effets externes, en laissant de côté ce qui engendre des bénéfices économiques mais ne génère aucune sorte d'effet positif sur l'édification sociale soumise à ses propres lois.

Comme l'a exprimé Jorge Orlando Melo¹⁰ : « Les formes culturelles de répétition et d'évasion, soit la pornographie, l'horoscope, la musique de danse populaire, la télévision et les chroniques sociales de nos périodiques, ont toutes leur marché propre et tendent à prendre de l'expansion selon un taux qui dépasse celui du produit national brut, car elles sont le produit « brut ». Elles n'ont pas besoin du soutien de l'État, et nous n'avons pas besoin non plus de convaincre nos ministres des Finances qu'elles créent de l'emploi et doivent par conséquent être défendues ».

Plus loin, il poursuit : « (...) ce qui est important du point de vue politique, c'est le critère de sélection et de promotion de certaines activités, de manière à pouvoir décider s'il faut subventionner certains produits ou certains événements. Ce n'est pas la culture dans son sens le plus large que nous devons promouvoir par nos décisions politiques : c'est plutôt cette culture qui nous rapproche d'un certain modèle de société, d'une forme précise de coexistence et des pays que nous avons imaginés et dont nous avons rêvé. (...) Les décisions de financement du gouvernement doivent être prises sur la base de choix guidés par des définitions de valeur et des critères de mérite et de qualité, et la question est essentiellement qualitative. Ces décisions, qui doivent être prises au moyen de procédures démocratiques et représentatives excluant l'imposition sans représentation, et qui doivent se fonder sur une information adéquate et suffisante, continuent de se présenter sous la forme inappropriée qui a été établie il y a un siècle en Amérique latine, c'est-à-dire qu'elles sont le résultat de ce que nous avons choisi de considérer comme étant la civilisation ».

À partir de ces considérations, nous devrions nous demander : quel objectif visons-nous lorsque nous voulons mesurer l'impact du secteur culturel sur l'économie? Il n'est pas suffisant de démontrer que le secteur culturel dans son ensemble est aussi profitable, voire plus profitable, que tout autre secteur de production. En procédant ainsi, notre mesure serait limitée à un aspect partiel de l'activité culturelle. Or, il faudra examiner d'autres types d'indicateurs pour ce secteur afin de pouvoir déterminer les activités qui renferment l'impact social le plus grand et qui figurent parmi les activités les plus marginalisées par la dynamique du marché.

Le financement, les effets externes, les taxes, les subventions, la réglementation des marchés, les inégalités de revenus de la population, le prix des produits, les coûts de production et d'entretien, les impacts sociaux, la relation entre la culture et le développement social : l'éventail des sujets est si large en économie de la culture qu'il nous semble franchement difficile d'expliquer pourquoi nous avons entrepris d'évaluer l'impact économique du secteur, de même que d'analyser les différents sujets reliés à la politique économique qui vise à stimuler les industries culturelles.

Le fait de commencer par rassembler des chiffres sur le rendement économique a eu d'importantes répercussions. Nous avons appris que le secteur culturel génère en effet de l'emploi et des ressources considérables pour l'économie, et fournit une valeur ajoutée qui est essentielle à une économie moderne (la créativité) et quantifiable jusqu'à un certain point. Sans vouloir écarter les produits immatériels, il nous semble leur avoir porté une attention trop grande comparativement aux produits matériels qui sont également très importants. Nous nous proposons maintenant de bâtir une banque d'informations fiables en utilisant les résultats obtenus et ceux qui seront déterminés en cours d'analyse. Nous

¹⁰ Voir « *Economía, cultura y mecenazgo* » (Économie, culture et patronage), communication présentée à la Conférence sur l'économie et la culture à Bogotá en mai 2000.

retiendrons principalement les résultats qui sont reliés à l'impact social des industries culturelles, ainsi qu'à leur contribution à l'imaginaire, à leurs effets sur la détermination des modes de pensée et des préférences dans nos communautés, et à leur immense contribution au processus éducatif de nos enfants et de nos jeunes. Nous croyons fermement que seuls des chiffres fiables peuvent convaincre nos gouvernements et nos sociétés de l'importance de concevoir et d'appliquer des politiques culturelles globales qui accordent de l'attention aux secteurs nécessitant de l'aide et des subventions, tout en reconnaissant les besoins des secteurs de l'artisanat et de l'industrie qui contribuent aussi à l'édification de la culture. (Même si dans bien des cas, ils transforment aussi la culture de manière indésirable. À qui faire confiance avec ce genre de jugements de valeur lorsque des personnes aux goûts si diversifiés coexistent dans nos sociétés?)

Confrontés à des discussions byzantines sur les dangers de l'intervention de l'État dans la définition du contenu et dans l'orientation des idéologies concernant la question des politiques culturelles, nous ne cessons néanmoins de croire que la culture ne devrait pas être abandonnée aux règles du marché et par conséquent, être limitée exclusivement aux produits de consommation de masse par les larges auditoires de la télévision et de la radio. De même, en ce qui concerne les industries de l'édition et de la musique, la culture ne devrait pas être déterminée uniquement sur la base du critère de la rentabilité élevée. Au nom du respect de la pluralité des contenus et des positions idéologiques, ainsi que des principes de base de la liberté d'expression, et au nom de la défense de la diversité culturelle, l'État, l'entreprise privée, les organisations non gouvernementales, les organismes sociaux et les individus sont tous confrontés au défi et au respect du maintien de la production culturelle pluraliste. Les industries culturelles peuvent, pour leur part, contribuer largement à ce type de production.

En ce qui a trait aux industries, nous observons une insuffisance flagrante de mécanismes visant à éviter les problèmes liés à la durabilité, ainsi qu'un manque de rentabilité pour la majorité des produits culturels. Habituellement, nous constatons une concentration de la production et de la distribution de quelques produits seulement, et ces produits sont généralement de mauvaise qualité.

Pour l'État, les organisations et la société civile ou les travailleurs du secteur culturel, le principal défi demeure celui de trouver des formes de communication et de compréhension entre les utilisateurs des biens et des services culturels, ainsi que des formes créatrices de durabilité et de viabilité, et des stratégies claires pour l'attribution de soutien et de subventions par le gouvernement.

En mettant fin au chapitre de la description des concepts ayant servi de fondement à l'Étude de l'économie et de la culture, nous livrons la réflexion suivante. Les économistes, les experts de la culture et le grand public tendent à faire une distinction nette entre la culture de masse et la « vraie » culture. Lorsque le rôle de l'État est remis en question relativement à la culture, toutes les voix s'élèvent en chœur à la défense des bibliothèques, des musées, des classiques de la musique ou de la littérature, du patrimoine culturel et des expressions traditionnelles de la culture locale en danger d'extinction. La plus grande partie du contenu des produits culturels correspondant à ce que l'UNESCO a désigné comme « industries culturelles » est considérée comme une culture de second rang ou une culture de masse.

Ceux qui ont fait l'étude des moyens de communication et les spécialistes de la recherche en sciences sociales ont expliqué les industries culturelles de la façon suivante : ces

industries sont le moyen par lequel le contenu se déverse sur la plupart de nos communautés et sur une majorité d'individus. Soumis aux processus de la mondialisation économique et politique, nous nous dirigeons vers une pénétration et une superposition de la culture encore plus grandes que celles engendrées par la coexistence de traditions et de cultures différentes dans un cadre social donné. De vastes empires transnationaux dominent la production et la distribution des biens de consommation de masse.

L'essentiel de ce que nous appelons « culture » aujourd'hui se traduit par la culture de masse, c'est-à-dire la production culturelle considérée comme un élément du marché, soumise aux lois de l'offre et de la demande, et dont la survie est tributaire de la bonne disposition du commerce. Au même moment, le secteur autre que la culture de masse doit faire un effort de plus en plus grand pour survivre aux fluctuations d'un marché dans lequel il ne trouve pas encore sa place.

Pendant que les États n'accordent pas des budgets importants aux secteurs culturels, et que la société dans son ensemble néglige d'accorder une grande priorité à ces sujets ou d'exercer des pressions sur l'État pour qu'il établisse des politiques transparentes, cohérentes et ambitieuses, les industries culturelles se dirigent vers des processus de concentration et de réduction du contenu tout en croulant sous des problèmes reliés à la rentabilité et à la durabilité. Notre objectif consiste à obtenir un plus grand soutien pour ces industries de la part de l'État et de la société dans son ensemble, car le contenu qui est déversé par les industries culturelles est de prime importance pour l'édification de nos cultures et, par conséquent, pour la possibilité de former des sociétés où la démocratie, la participation, la pluralité et la concurrence seront plus grandes.

Puisque les industries culturelles possèdent deux facettes – être une source de valeur spirituelle et, en même temps, constituer un pouvoir économique – nous devons adopter une approche double : d'une part, tirer profit au maximum de leurs capacités de contribution au développement économique; d'autre part, utiliser leur force économique pour stimuler la créativité culturelle.

Même si le secteur culturel est perçu généralement comme receveur net de ressources, il n'en demeure pas moins que les activités des industries culturelles constituent des domaines où l'investissement dans la culture génère des profits. Or, cela explique l'intérêt initial de réaliser une étude visant à mesurer l'impact économique du secteur culturel dans le contexte actuel. L'analyse des données économiques obtenues par cette étude permettra de formuler des propositions pour appuyer l'activité culturelle.

L'activité des industries culturelles sous-tend deux incidences importantes qui, néanmoins, ne sont pas dissociées l'une de l'autre. La démarcation des incidences des industries culturelles sur le développement des processus sociaux d'une part, et la production de biens économiques d'autre part, change radicalement avec le temps et elle est redessinée avec chaque progrès de la technologie et des communications.

La première incidence, qui porte sur l'impact social comme résultat « véritable » des produits des industries culturelles, se manifeste par l'immersion de ces industries dans notre vie de tous les jours, par leur effet sur la transformation de la société, par la création de processus profonds et durables d'acquisition de connaissances et d'apprentissages, et par la propagation d'habiletés et d'outils au fil du temps. Dans ce cas, la valeur des produits des industries culturelles est beaucoup plus grande que la seule somme de leurs profits générés

comme biens matériels. Pour une société donnée, la consommation culturelle se traduit donc par une série de processus visant l'acquisition et l'usage de produits dont la valeur symbolique prédomine sur ses valeurs d'utilisation et d'échange, comme le fait remarquer Néstor Canclini¹¹. Ou, si nous observons la situation sous un autre angle, l'acquisition de produits dans le contexte de l'activité culturelle est un geste social, et pas seulement individuel, qui génère des économies d'échelle essentielles à la croissance des instruments de production, en raison de sa contribution, notamment, à l'amélioration de la qualité du marché du travail et, sur le plan politique, à la transformation des processus sociaux.

Or, nous pouvons également faire valoir que l'activité culturelle donne lieu à une production qui génère à son tour une richesse économique, qui peut être (en fait, elle l'est) acquise individuellement et contribue à l'ensemble de la croissance économique, au même titre que le processus de production de tout autre type de biens. En outre, les chiffres relatifs au secteur culturel de la Colombie et d'autres pays démontrent que ce type d'industrie expérimente une croissance beaucoup plus rapide que celle d'autres secteurs de fabrication et de service, comme nous pouvons le constater dans les tableaux statistiques fournis en annexe. Nous pouvons constater par ailleurs que les industries culturelles, telles qu'elles sont délimitées, jouent un rôle dans la dynamique de production et, par conséquent, dans la détermination au niveau économique des fluctuations en matière de consommation.

La nature double des industries culturelles peut donc s'expliquer, d'une part, par leur pouvoir de production en matière de croissance économique et d'autre part, par leur rôle dans les processus d'acquisition, au niveau social, des connaissances et des apprentissages. Hopenhayn¹² décrit le phénomène en ces termes : « De très bonnes raisons justifient qu'une attention soit portée aux industries culturelles et à leur manière de fonctionner. En premier lieu, elles jouent à plusieurs égards un rôle dominant dans le ralliement de la dynamique de la culture et de la dynamique de la production : si nous ne faisons pas appel à des compétences techniques pour l'acquisition et l'utilisation de l'information et des connaissances, nous n'aurons pas la possibilité d'être économiquement productifs dans le monde à venir. En deuxième lieu, la numérisation est aujourd'hui le dénominateur commun de la reproduction en série de presque tous les produits engendrés par les industries culturelles, et elle caractérise en même temps toute la production influencée par la troisième révolution industrielle. Finalement, la dynamique de la culture et la dynamique de la production fonctionnent en relation opposée à la relation habituelle des flux et des stocks, en ayant un effet négatif sur la première et un effet positif sur la deuxième, selon une logique d'obsolescence accélérée qui leur communique un dynamisme fiévreux ».

Il devient alors très difficile de savoir où se termine l'impact des industries culturelles comme productrices de processus sociaux et où commence leur rôle comme agents économiques. En raison de l'influence grandissante des industries culturelles dans les secteurs des technologies et de l'économie, aucun critère déterminant ne permet aujourd'hui de distinguer la part de ces produits qui revient à l'impact social et la part qui revient à l'impact économique. Dans plusieurs cas, le produit d'une industrie culturelle (comme, par exemple, les livres techniques), contribue à la formation de connaissances durables et soutenues

¹¹ Voir « El consumo cultural: una propuesta teórica » dans *El consumo cultural en América Latina*, Santafé de Bogotá : Convenio Andrés Bello, p. 42, 1999 (« La consommation culturelle : une proposition théorique » dans *La consommation culturelle en Amérique latine*).

¹² Hopenhayn, *op. cit.*

dont l'acquisition sociale est de beaucoup supérieure au bénéfice économique indéniable que sa vente procure à un agent particulier.

La majorité des ministères, des institutions et des offices de la culture continuent de concentrer leurs efforts sur la subvention du secteur des arts et ne prennent pas en considération les niveaux de potentiel de commercialisation de la culture qu'ils gèrent. Les industries culturelles, pour leur part, contribuent de plus en plus à la libéralisation des marchés et aux processus d'intégration. Elles ont démontré un niveau élevé de croissance à moyen terme et à long terme, qui est de l'ordre de 10 % selon l'estimation de certains experts. Ce faisant, elles ont consolidé leur position dans l'économie mondiale comme domaine stratégique de production, d'exportation et de création d'emplois.

La production et les nombreuses réalisations des industries culturelles confirment que « l'industrie » et « la culture » sont des termes qui se complètent l'un l'autre et que peu à peu, ils ont créé une nouvelle source de pouvoir capable de concurrencer loyalement dans le milieu de l'évolution imprévisible du marché. Nous devons soumettre les espaces défrichés par les industries culturelles à un processus constant d'analyse et de critique dans le but de retirer le maximum d'avantages de leurs possibilités infinies pour la défense de la nature libre et démocratique de l'identité, de la pensée et de la culture.

La méthodologie utilisée dans l'Étude de l'économie et de la culture

Dans l'Étude de l'économie et de la culture, nous avons examiné les onze sous-secteurs suivants qui sont basés sur la définition des industries culturelles de l'UNESCO, soit : les éditeurs, les disques, les films, les vidéos, la télévision, la radio, la presse, les périodiques, les arts de la scène, les arts visuels et la publicité. Bien entendu, l'analyse des relations entre l'économie et la culture peut s'étendre à d'autres activités qui n'engagent pas le droit d'auteur. Dans les étapes ultérieures de la recherche, nous avons estimé important d'étudier, par exemple, les dépenses allouées à la restauration du patrimoine architectural, l'impact économique des célébrations traditionnelles populaires et le tourisme culturel, ou l'investissement consacré aux écoles d'art et d'enseignement culturel.

En suivant la structure adoptée par le CERLALC pour les indicateurs de l'industrie de l'édition, nous avons essayé de calculer pour les onze sous-secteurs de l'Étude les indicateurs économiques suivants : la contribution au PIB, la production, les ventes, l'emploi, le paiement des droits d'auteur, les exportations, les importations et la piraterie.

Selon la méthodologie proposée par les auteurs de l'ouvrage « La Industria de la Cultura y el Ocio en España » (l'industrie de la culture et du loisir en Espagne) publié par la Fundación Autor (2000), le PIB est considéré comme l'agrégat de toutes les valeurs ajoutées qui sont générées par toutes les industries du droit d'auteur sur un territoire national pour une période donnée.

Du point de vue de la production, la valeur ajoutée peut être entendue comme la différence entre les ventes courantes et les achats intermédiaires (les ventes courantes moins les achats intermédiaires) :

$$VA = VPB - AI = VC - AI$$

Elle peut aussi être entendue, du point de vue du revenu, comme la somme des dépenses salariales et du surplus brut de l'exploitation :

$$VA = DS + SBE$$

La mesure de la valeur ajoutée peut inclure les taxes indirectes (calculées aux prix du marché) sans la bonification :

$$mVA = VA + TI - B$$

Nous avons basé cette estimation sur trois types d'activités, ce qui nous permet d'obtenir un éventail de résultats qui reflètent la complexité de l'évaluation, dans la mesure où les limites de ces activités industrielles ne sont pas pleinement définies, comme nous l'avons mentionné plus haut. Par ailleurs, cela nous permet d'établir une distinction entre la contribution des industries culturelles plus strictement conformes à la définition des activités culturelles directes (la création et la production) et la contribution des activités reliées davantage à la distribution, à la diffusion ou à l'utilisation des produits et des moyens de production.

Type 1

Le type 1 correspond aux activités directes, reliées exclusivement à la production des industries culturelles. En d'autres termes, ce sont des activités de création et de production originales de biens et de services qui sont soumises au droit d'auteur.

Tableau 1
Activités directes 2001

Code de taxe	Activité
2.211	Édition de livres, de brochures, de pointages et autres publications
2.212	Édition de journaux, de revues et de périodiques
2.213	Édition de matériel enregistré
2.231	Arts, conception et composition
7.430	Publicité
9.211	Production et distribution de films et de vidéocassettes
9.212	Projection de films et de vidéocassettes
9.213	Activités radiophoniques et télévisées
9.214	Activités de musique et de spectacles et autres activités artistiques
9.231	Activités de bibliothèques et d'archives
9.232	Activités de musées et de préservation des sites et des édifices historiques

Type 2

Le type 2 inclut les activités reliées aux processus de production des industries culturelles ou des industries indirectes. Ces activités se rapportent à l'utilisation et à la diffusion des créations culturelles.

Tableau 2
Activités indirectes 2001

Code de taxe	Activité
2.219	Autres activités d'édition de PNC
2.221	Activités d'impression
2.222	Activités de services reliés à l'impression
2.230	Reproduction d'enregistrements
3.691	Fabrication de bijoux et autres articles connexes
5.132	Vente en gros de papeterie, de livres, de revues et d'accessoires de bureau
5.137	Vente en gros de papier et carton et de leurs dérivés
5.238	Vente au détail de disques, de cassettes, de vidéos et d'instruments de musique
5.275	Vente au détail de livres, de revues et d'appareils de bureau
5.276	Vente au détail de matériel photographique
5.380	Exportation de papier, de carton, de livres, de revues et d'appareils de bureau
6.423	Services de transmission de données
6.424	Services de cablôdistribution
6.425	Transfert de son et d'images à péage
7.320	Recherche et développement en sciences humaines et en sciences sociales
9219	Agents et gérants d'artistes
9.220	Activités d'agences de presse

Type 3

Le type 3 comprend les principaux moyens nécessaires à la production de biens et de services culturels. Ce sont les principaux produits utilisés dans les activités de types 1 et 2.

Tableau 3
Moyens de production 2001

Code de taxe	Activité
2.101	Fabrication de pâte de cellulose : papier et carton
3.220	Fabrication de transmetteurs de radio et de télévision, et d'appareils de téléphonie et de télégraphie
3.230	Fabrication de récepteurs de radio et de télévision, d'appareils d'enregistrement, d'appareils audiovisuels et autres appareils similaires
3.320	Fabrication d'instruments d'optique et de matériel photographique
3.692	Fabrication d'instruments de musique

Ces activités n'incluent pas le tourisme culturel, les activités culturelles de l'État ni certaines activités artisanales.

Parallèlement à l'établissement de l'indicateur sur la contribution au produit intérieur brut, nous avons mené une enquête auprès de chacune des associations représentant les onze secteurs étudiés, de façon à pouvoir évaluer la disponibilité de l'information permettant d'établir des indicateurs sur la production, sur les ventes, sur le commerce extérieur, sur l'emploi et sur le paiement des droits d'auteur. Nous avons pu ainsi établir des indicateurs à partir de l'information obtenue de ASOMEDIOS (télévision, radio, revues), ANDIARIOS (presse), Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica (films), Cámara Colombiana del Libro (maison d'édition), Asociación de Productores Fonográficos ASINCOL (pièces musicales).

Lorsque certaines données faisaient défaut, nous avons eu recours à des processus d'harmonisation, comme celui qui a été élaboré par le CERLALC pour l'industrie de l'édition et qui consiste à collecter des données en menant des sondages dont les configurations nous permettent d'effectuer l'étude périodique de chaque sous-secteur et de comparer les chiffres à l'échelle internationale. L'annexe statistique illustre certaines des données obtenues par ce procédé.

3. La suite des études

La conception de la deuxième étape de l'Étude de l'économie et de la culture a été mise en place entre octobre 2001 et août 2002. Pour cette partie de l'Étude, nous comptons sur la participation éventuelle des dix pays membres du Convenio Andrés Bello (CAB), soit la Colombie, l'Équateur, le Pérou, la Bolivie, le Chili, le Venezuela, le Panama, Cuba, l'Espagne et le Paraguay.

Les orientations de recherche suivantes ont été proposées :

- Calculer ou mettre à jour la contribution du secteur culturel au PIB; calculer les indicateurs économiques des nouveaux sous-secteurs; et mettre à jour l'information sur les indicateurs économiques des sous-secteurs établis à la première étape.
- Effectuer des recherches sur l'aspect économique des politiques culturelles.
- Approfondir l'étude des indicateurs sociaux de l'impact du secteur culturel.
- Élaborer des projets pilotes d'assistance technique aux petites et moyennes entreprises culturelles.
- Fournir un appui aux études d'impact économique du secteur culturel à l'échelle locale.

Chaque équipe nationale définira ses priorités et déterminera l'étendue de l'étude dans son pays selon la disponibilité de ses ressources humaines, matérielles et financières. Le CAB participera au financement des composantes spécifiques, en proportion des ressources allouées par chaque pays participant. Dans leur pays respectif, les équipes nationales établiront un consensus sur la participation des institutions publiques ou privées, comme les associations professionnelles, universitaires ou autres, qui peuvent être intéressées à élaborer certaines des composantes proposées et qui sont en mesure de fournir de l'information ou des ressources humaines, techniques ou financières.

Le calcul des indicateurs économiques

Dans chaque pays, le principal objectif consistera à établir un accord avec les autorités économiques sur l'incorporation du secteur culturel au système de compte national, qui pourrait se traduire par la création d'un compte satellite du PIB culturel.

En ce qui concerne les indicateurs des sous-secteurs, les pays qui ont participé à la première étape se sont consacrés principalement à la collecte de données primaires sur les nouveaux sous-secteurs, et ils ont mis à jour les chiffres relatifs aux sous-secteurs établis à la première étape. Les pays qui n'ont pas participé à la première étape devraient définir les sous-secteurs auxquels ils accordent la plus grande priorité. L'équipe centrale et les équipes nationales définiront conjointement les méthodologies à retenir dans le calcul des indicateurs économiques de chaque sous-secteur. Des échanges ont eu lieu au cours de 2002 dans le but de conclure un accord sur la formulation des consignes méthodologiques qui seront appliquées aux secteurs relatifs au patrimoine culturel (biens meubles et immeubles et patrimoine immatériel), au tourisme culturel, à l'éducation artistique, aux arts visuels et aux arts de la scène.

L'analyse des aspects économiques des politiques culturelles

Sur la base des premiers éléments de diagnostic élaborés à la première étape de l'Étude, et en fonction des intérêts propres à chaque pays, nous avons défini des options de recherche

sur les politiques économiques de la promotion du secteur culturel. Ces options se présentent comme suit :

- Étudier l'impact des accords de libre circulation et de libre concurrence visant à promouvoir le commerce extérieur des biens et des services culturels.
- Faire des recommandations sur les politiques fiscales relatives aux spectacles publics, sur les incitatifs fiscaux relatifs à la restauration du patrimoine immobilier, sur l'industrie culturelle ou, de façon générale, sur les lois du parrainage ou du patronage culturel.
- Rechercher la participation d'organismes de promotion pour la collecte des droits d'auteur, ou établir des ententes visant à éliminer la piraterie.
- Effectuer des études sur la consommation culturelle et formuler des politiques sur la constitution des auditoires.
- Rechercher des sources de financement du secteur culturel.
- Définir les avantages sociaux des artistes.
- Élaborer des programmes de formation technique, artistique et culturelle.
- Fournir un appui à l'établissement de réseaux ou d'associations professionnelles dans le secteur culturel.
- Élaborer des politiques incitatives visant à améliorer la distribution et la circulation des biens culturels.

La mesure des indicateurs sociaux

La première partie de la recherche excluait la conception d'indicateurs sociaux à partir de l'Étude de l'économie et de la culture. Cependant, à partir de l'analyse des indicateurs économiques établis dans cette première partie, les pays participants ont demandé que le CAB collabore à l'étude sur l'impact social des industries culturelles, ou des politiques culturelles en général.

L'établissement d'indicateurs sociaux constitue un moyen de définir les incidences sociales, politiques et culturelles des différents sous-secteurs culturels d'une société. En tenant compte des intérêts des pays participants, nous avons défini des domaines généraux d'incidence sociale, à savoir : l'emploi, la consommation culturelle, la participation de la société et du citoyen, l'identité culturelle et la diversité culturelle, l'intégration et l'impact de l'éducation.

Le programme de soutien aux petites et moyennes entreprises culturelles

Afin d'améliorer les capacités administratives et technologiques des organismes culturels, des ententes seront conclues avec les agences nationales intéressées à mettre en place

des incubateurs ou des projets pilotes portant sur ce type de capacités. Un projet d'assistance technique sera réalisé dans le secteur de l'artisanat. Il servira de modèle à d'autres secteurs et comprendra les éléments suivants :

- Une entente avec les autorités nationales publiques et privées visant à élaborer des projets pilotes et à définir les besoins de chaque pays dans ce secteur.
- L'analyse de l'offre et de la demande.
- Les ateliers de formation proposés dans le modèle établi en collaboration avec les organismes concernés.
- Le suivi du processus dans les pays.
- L'évaluation des réalisations des projets pilotes.
- La systématisation des projets pilotes de manière à pouvoir les reproduire dans d'autres entreprises culturelles et dans d'autres pays membres du CAB.

Les études d'impact du secteur culturel au niveau microéconomique

La première étape de l'Étude de l'économie et de la culture visait la définition d'indicateurs économiques du secteur culturel à l'échelle nationale (au niveau macroéconomique). Le CAB recommande maintenant que les équipes nationales s'entendent avec les autorités locales (provinciales, municipales) pour mettre en œuvre des exercices pilotes en vue d'analyser l'impact économique du secteur culturel au niveau local également. Ce type d'exercice permettra de définir les activités culturelles dont l'impact important sur les économies locales se mesure difficilement à l'échelle nationale. Selon leurs caractéristiques particulières et leurs besoins spécifiques, deux types d'études sont prévus :

- L'impact économique du secteur culturel dans les capitales, dans les villes de taille moyenne et dans les petites municipalités.
- L'impact économique d'un événement culturel particulièrement important dans le contexte des économies locales.

Épilogue : la définition des politiques publiques des industries culturelles

Il faut mentionner d'abord qu'au sujet des chiffres, une grande incertitude règne encore sur le degré de fiabilité des indicateurs. En général, les systèmes d'information du secteur culturel sont peu organisés, et les sources disponibles n'indiquent pas ces types d'activités séparément. Même si des progrès importants ont été accomplis, notamment dans les secteurs de l'édition, du disque et du cinéma, il reste à quantifier l'impact économique des industries culturelles.

Il faut surtout réfléchir aux façons d'analyser les résultats de manière à définir des politiques de parrainage pour les activités culturelles. Dans les lignes qui suivent, nous présentons une synthèse de quelques sujets qui sont de première priorité lorsque vient le moment

d'établir des stratégies visant à promouvoir l'activité productive du secteur culturel. Même si des études ont été entreprises en Colombie sur les politiques culturelles, il faut définir plus précisément l'activité de ce secteur, en accordant une plus grande place aux sujets économiques. Les sujets à considérer seraient notamment le respect du droit d'auteur, les politiques fiscales relatives aux activités culturelles, la situation actuelle au pays concernant la circulation des produits culturels ou le soutien à la constitution d'entreprises culturelles.

Le droit d'auteur

Nous ne disposons pas de statistiques fiables sur la piraterie et la reproduction illégale, qui représentent des pratiques ayant un impact très négatif sur les industries de l'édition, du disque et de la vidéo. Selon des calculs très approximatifs, les pertes attribuables à la piraterie s'élèvent à environ 8 millions de dollars américains en Colombie pour l'année 1998, soit environ 3 % du chiffre d'affaires établi légalement pour l'industrie. Dans l'industrie du disque, la piraterie peut atteindre un taux de 60 % de la production légale, ce qui représente une perte de 65 millions de dollars américains pour l'industrie. Le niveau inquiétant de la piraterie est vraisemblablement l'une des principales causes de la fermeture de 30 des 33 entreprises spécialisées dans le commerce de vidéos.

Il reste beaucoup à faire pour solutionner le problème de la piraterie. La Colombie a été l'un des premiers pays à adapter et à appliquer des cadres normatifs en matière de droit d'auteur. La Dirección Nacional del Derecho de Autor (la Direction nationale du droit d'auteur) a joué un rôle clé dans l'établissement de mécanismes comme l'Accord contre la piraterie. Il s'agit d'une stratégie conjointe du gouvernement colombien (les ministères de la Culture, des Communications et du Commerce extérieur, et les autorités fiscales), des organismes d'inspection (le Département de la police nationale, le Bureau du Procureur général et le Département de la sécurité) et des associations de producteurs. Cette stratégie est destinée à combattre la piraterie et à assurer l'observation de la législation nationale sur le droit d'auteur.

À cet égard, d'importantes mesures ont été prises, comme la sensibilisation du public aux problèmes occasionnés par l'achat de produits illégaux et aux répercussions sur l'emploi et sur la rétribution équitable des créateurs et des producteurs. De même, la diffusion des normes en la matière et leur exécution par les corps policiers et par les tribunaux ont mené à des arrestations qui visaient à enrayer la production et la distribution de matériel illégal. D'importants défis restent à relever en matière de politiques de protection du droit d'auteur, notamment les défis posés par les nouvelles technologies, par la rétribution liée à l'utilisation de matériel photocopie et par le renforcement de la gestion collective du droit d'auteur, pour ne mentionner que les principaux.

Les incitatifs fiscaux

Les taxes ont constitué l'un des sujets les plus controversés des politiques culturelles. Les industries culturelles ont cherché à obtenir un traitement fiscal préférentiel en invoquant notamment la protection de l'identité nationale et leur contribution aux processus d'éducation. Les industries culturelles les plus vulnérables (surtout les industries du film, de l'édition et du disque) sont particulièrement menacées devant l'accroissement de l'investissement des multinationales. Par conséquent, elles requièrent un traitement spécial

de la part de l'État se traduisant par le maintien ou l'attribution d'une taxe sur la valeur ajoutée ou des exemptions d'impôt sur le revenu.

Il faut aussi réviser les taxes prélevées sur les spectacles publics en Colombie (les films, le théâtre et les spectacles de danse et de musique) qui, en plus des taxes habituelles sur les métiers et le commerce, incluent des taxes municipales et nationales particulières, freinant ainsi le développement des industries du divertissement.

Le commerce extérieur

Comme il a été suggéré dans l'Accord de Florence, et dans le Protocole de l'Accord de Florence conclu à Nairobi sous les auspices de l'UNESCO, les pays devraient réduire les droits de douane et autres barrières similaires qui restreignent la circulation des biens et des services culturels entre les pays. Les livres, les œuvres d'art et le matériel enregistré, par exemple, devraient être exemptés des taxes et tarifs douaniers qui prévalent actuellement dans la plupart des pays d'Amérique latine.

Le matériel audiovisuel (cinéma et télévision) devrait faire l'objet d'un traitement préférentiel dans les accords internationaux de libre échange, afin de compenser la part de production nationale relative aux programmes américains, au télécinéma et aux émissions de mauvaise qualité. Le système de quotes-parts des écrans de cinéma et la réglementation du temps d'antenne de la télévision sont des mécanismes efficaces pour promouvoir la production cinématographique et télévisée à l'échelle nationale. Des analyses ont été effectuées pour que des ressources de financement soient versées dans l'industrie colombienne du film par l'intermédiaire du Fondo Mixto de Cinematografía (le fonds mixte de cinématographie), sur le modèle européen de protection des industries audiovisuelles.

Jusqu'à maintenant, le secteur culturel n'a pas pleinement exploité les politiques colombiennes visant à promouvoir les exportations. Parmi les politiques à faire connaître aux industries culturelles figurent notamment : les crédits souples, les déductions d'impôt pour les biens exportables (le certificat d'encouragement à l'exportation, appelé CERT, est un crédit accordé aux exportateurs pour payer les taxes et les droits de douane), les exemptions d'importation de matériel brut servant à la fabrication de biens exportables (Plan Vallejo) et les systèmes d'information concernant le marché international à potentiel élevé.

La constitution et le renforcement de l'entreprise culturelle

Dans un pays hétérogène comme la Colombie, où se combinent des réalités et des époques très différentes, il est important de définir le rôle de l'entreprise culturelle si nous voulons donner à la culture une forme mondiale et développer toutes les régions. Par conséquent, une politique visant à développer et à consolider l'entreprise culturelle devra être mise en place afin de concilier la production de biens et de services culturels et l'économie nationale et internationale du marché. Un grand nombre de sociétés, surtout les petites et les moyennes entreprises, ne disposent pas de moyens appropriés de gestion et d'administration et, par conséquent, ne peuvent prévoir leur solidité et leur durabilité à moyen terme.

Des initiatives ont été proposées relativement au développement de systèmes créatifs ou innovateurs dans le domaine de la production culturelle. Elles visent à générer des synergies verticales (la création, la production et la diffusion) et des synergies horizontales (dans les secteurs). Une condition clé du développement des industries culturelles consiste à intégrer les processus de création, de production et de commercialisation à la consommation des biens et des services culturels. Or, les autorités responsables des politiques culturelles ont appuyé davantage la création et la production des biens et des services culturels, et ont accordé bien peu d'attention à la distribution et à la commercialisation de ces mêmes produits.

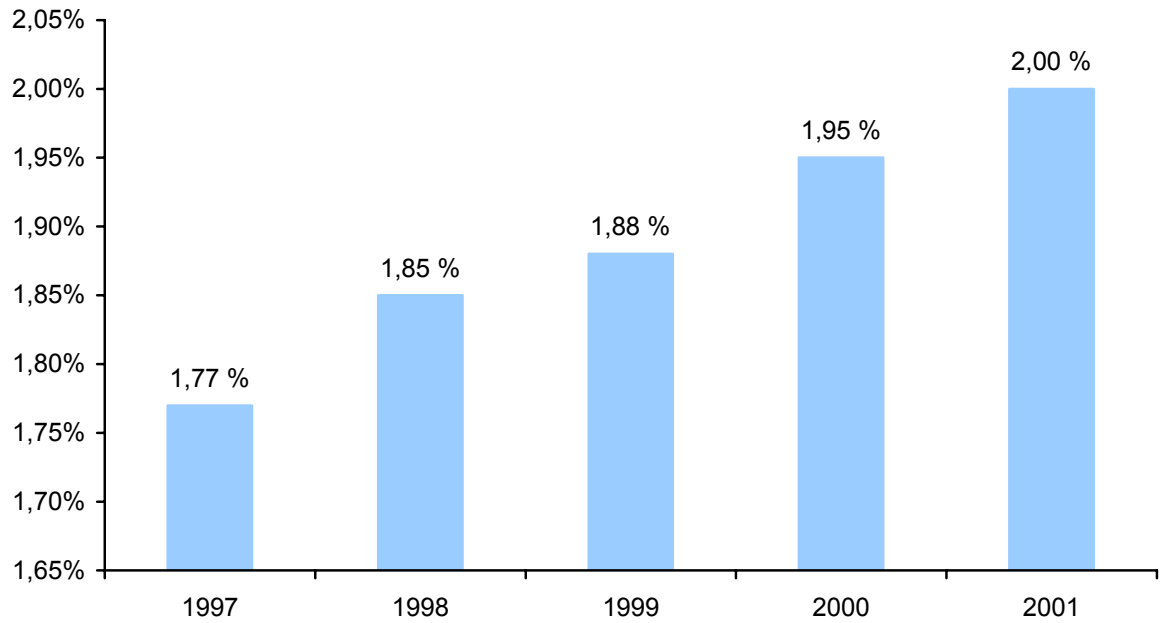
Pour un pays limitrophe dont les régions accusent un degré de développement très variable, le soutien de l'adaptation des secteurs culturels aux changements technologiques, à titre de stratégie de concurrence, constitue une condition indispensable de la préservation des expressions culturelles de chaque région par l'entreprise culturelle locale.

Autres sujets d'analyse

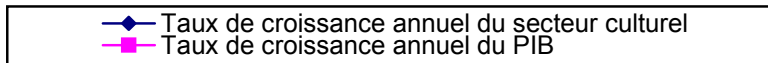
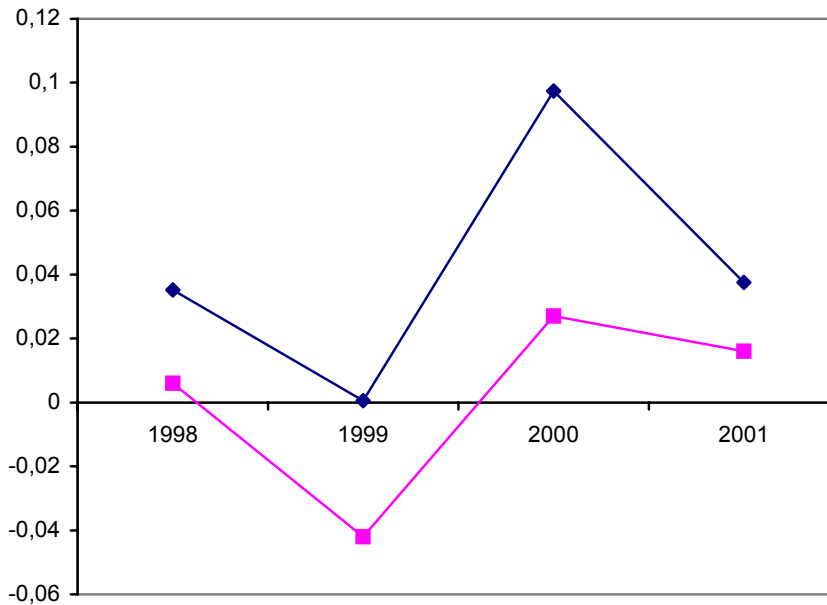
En plus des sujets relevés ci-dessus, l'analyse des politiques de parrainage de l'industrie culturelle en Colombie pourrait porter sur les sujets suivants : les quotes-parts nationales de production des biens et des services culturels; le renforcement des associations de créateurs, de représentants, de producteurs et de distributeurs; la promotion de la formation artistique et technique ou la constitution des auditoires; les politiques d'attribution d'avantages sociaux aux travailleurs culturels; et les programmes de recherche sur les industries culturelles.

Contribution du secteur culturel au produit intérieur brut

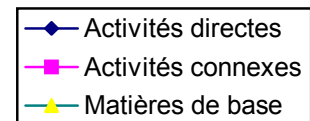
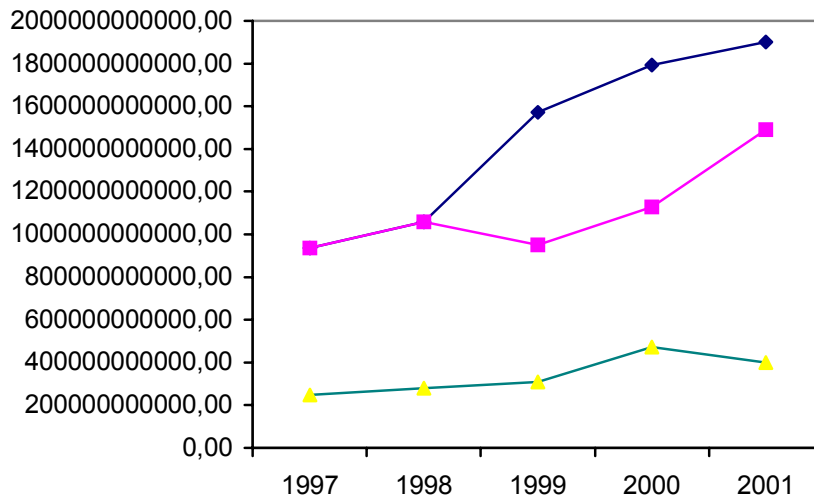
Contribution du secteur culturel au PIB en Colombie



Taux de croissance annuels en Colombie

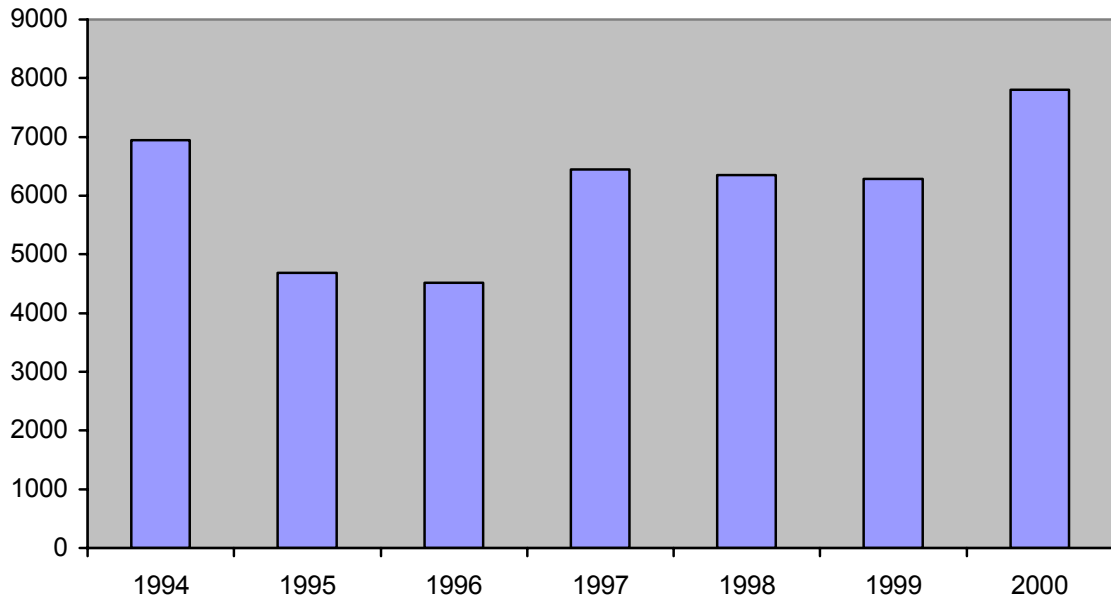


Évolution des trois types d'activités du secteur culturel

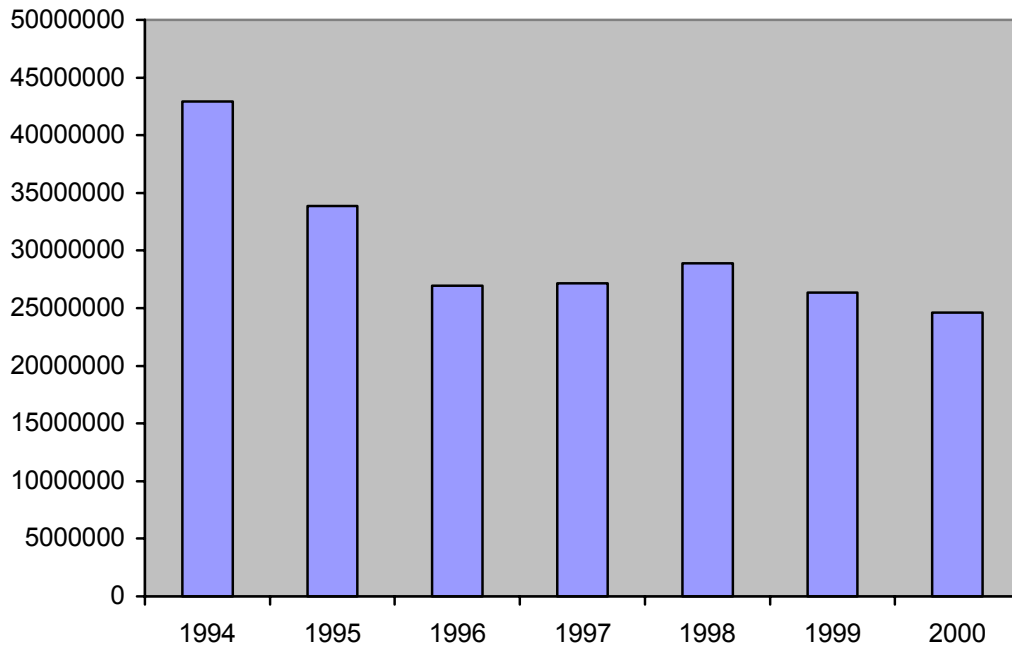


Secteur du livre et de l'édition

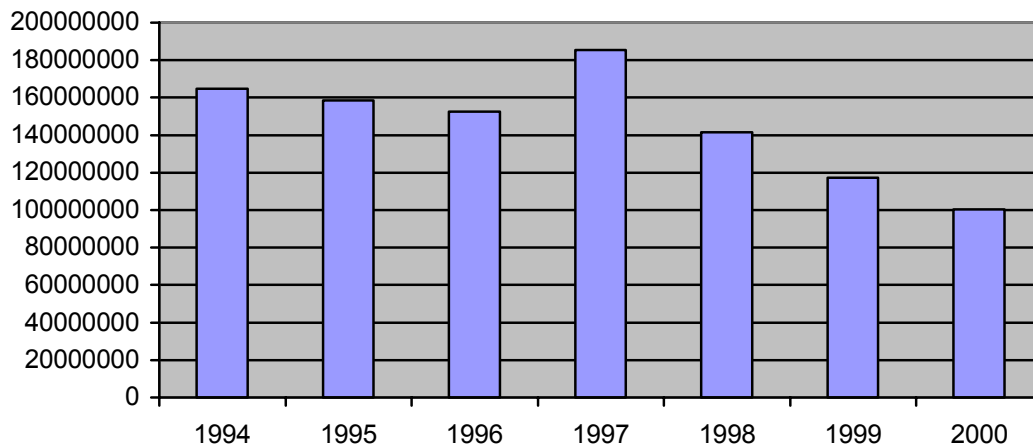
Nombre de titres publiés



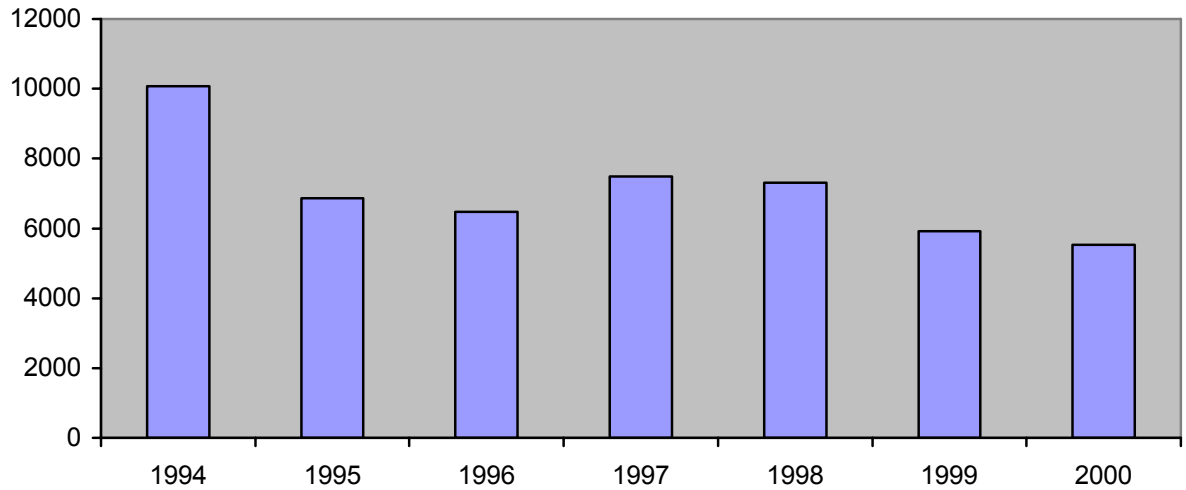
Nombre de copies publiées



Facturation de l'édition colombienne par rapport au marché colombien (dollars)



L'emploi dans les maisons d'édition



Production de l'édition

No. Empresas 1998	No. Empresas 1999	Tipo de empresa	Títulos 98	Títulos 99	Part. % 99	Valor 1998	Valor 1999	Var % 98/99	Part % 99
272	344	Editores autores y empresas unipersonales	359	434	7.6%	9302	8805	-5.3%	2.3%
118	114	Empresas editoriales	3018	2923	51.1%	358189	332972	-7.0%	88.1%
149	122	Empresas privadas no editoras	475	526	9.2%	17124	12755	-25.5%	3.4%
88	86	Empresas públicas	565	327	5.7%	5978	3259	-45.5%	0.9%
179	198	Fundaciones asociaciones institutos otras	540	610	10.7%	8084	11229	38.9%	3.0%
13	10	Instituciones religiosas	117	89	1.6%	1903	1958	2.9%	0.5%
4	6	Organismos internacionales	36	10	0.2%	220	73	-66.8%	0.0%
63	79	Universidades privadas y públicas	615	801	14.0%	8782	6843	-22.1%	1.8%

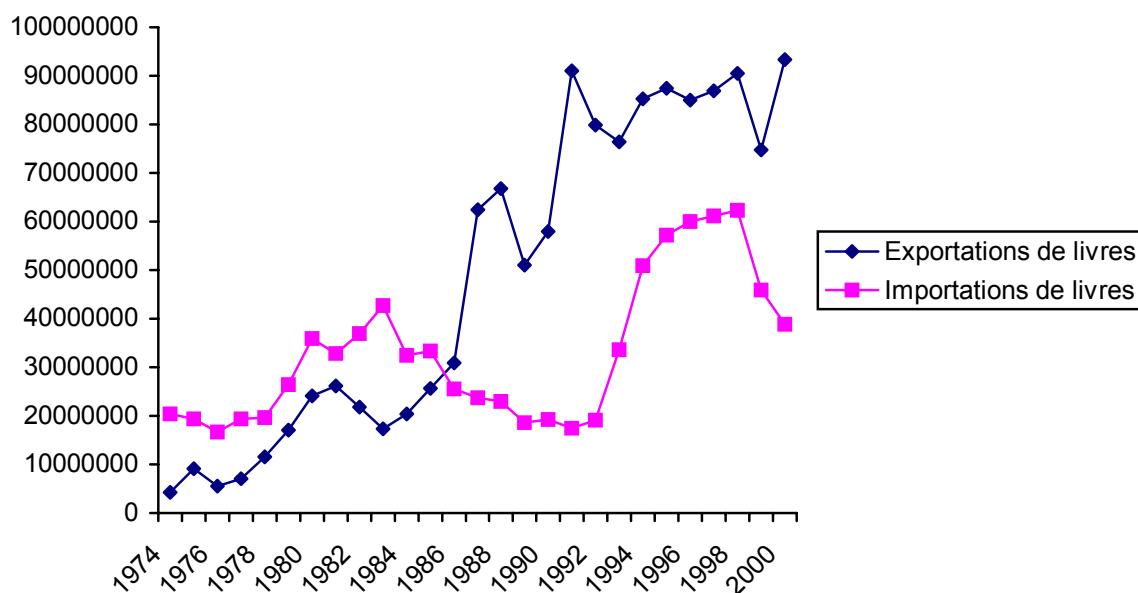
Fuente: Cámara Colombiana del Libro "El mundo editorial colombiano en cifras 2000"

Cuadro No. 3.2.6
Facturation des importations et du secteur industriel de l'édition
(en millions de pesos)

Subsector editorial	Ventas netas edición e impresión exclusiva en Colombia Ley 98/1993 (para el mercado nacional o externo)		Ventas netas edición e impresión en Colombia o en otros países e importaciones				Ventas netas de lo importado (por distribuidoras o librerías)		Total ventas netas	
			Edición e impresión en Colombia		Importado					
	1998	1999	1998	1999	1998	1999	1998	1999	1998	1999
Didáctico	95,492	80,178	22,281	31,083	11,479	17,117	4,256	5,499	133,508	133,877
Interés general	48,018	41,273	32,017	37,135	22,357	22,713	24,414	23,443	126,806	124,564
Científico-técnico	47,035	39,361	17,528	17,237	20,799	18,394	8,316	9,083	93,678	84,075
Religioso	0	0	3,110	5,154	1,184	700	757	953	5,051	6,807
Subtotal	190,545	160,812	74,936	90,609	55,819	58,924	37,743	38,978	359,043	349,323
Venta directa PVP	16,443	14,513	0	0	0	0	0	0	57,048	50,430
Importado por librerías PVF	0	0	0	0	0	0	5,420	4,949	5,420	4,949
Total general	206,988	175,325	74,936	90,609	55,819	58,924	43,163	43,927	421,511	404,702

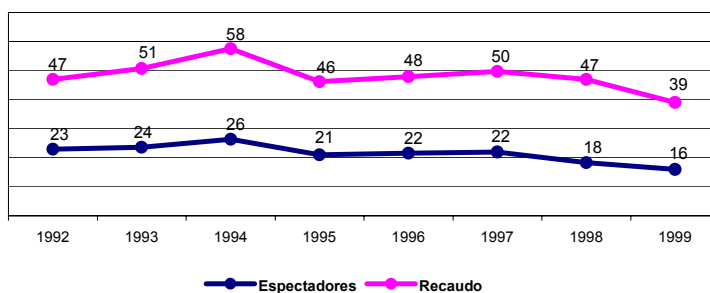
Fuente: Cámara Colombiana del Libro "El mundo editorial colombiano en cifras 2000"

L'entreprise d'exportation des livres



Le secteur du film

Millones de espectadores y millones de dólares por recaudo del Sector Cinematográfico en Colombia 1992 - 1999



Fuente: FEDESARROLLO, 2000

Pantallas, espectadores, recaudo y precio del cine en Colombia 1992 - 1999

Año	Pantallas	Espectadores*	Recaudo Bruto***	Precio Promedio****
1992	1085	22.9	46.9	2.05
1993	815	23.6	50.7	2.15
1994	550	26.4	57.6	2.18
1995	299	21.0	46.2	2.2
1996	280	21.5	47.9	2.23
1997	263	22.0	49.7	2.26
1998	258	18.3	47.0	2.57
1999	250	16**	39.0	2.44

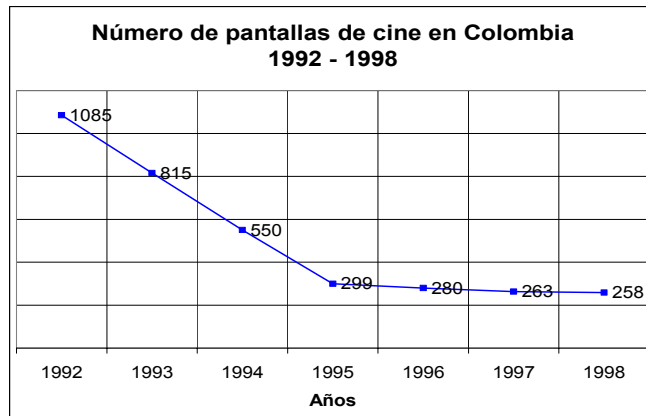
* En millones

** Estimación de un exhibidor para 1999

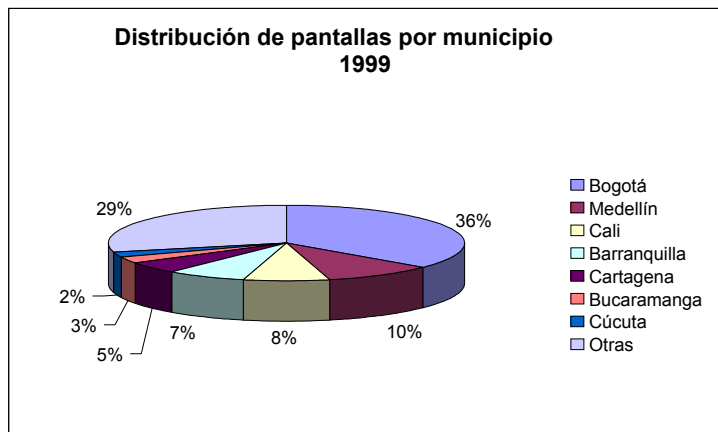
*** Millones de US\$

**** En US\$

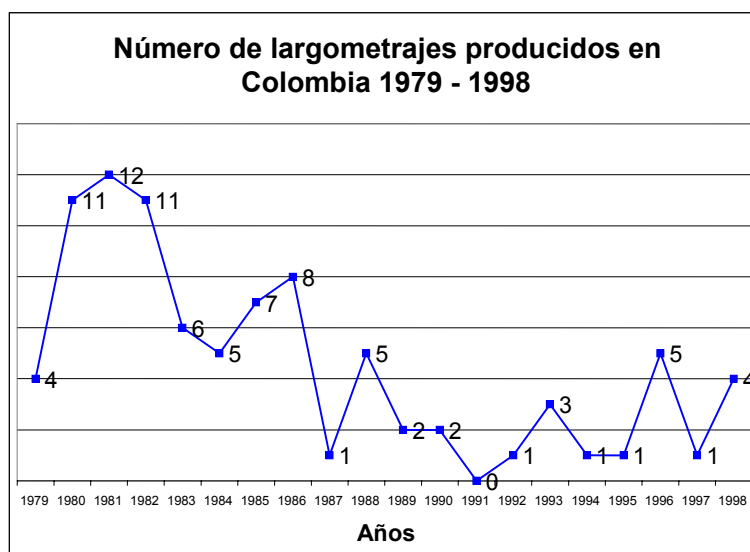
Fuente: Media Research & Consultancy (1998 para 1992 a 1997. Para 1998 y 1999 MPA Motion Picture Association)



Fuente: FEDESARROLLO, 2000



Fuente: FEDESARROLLO, 2000

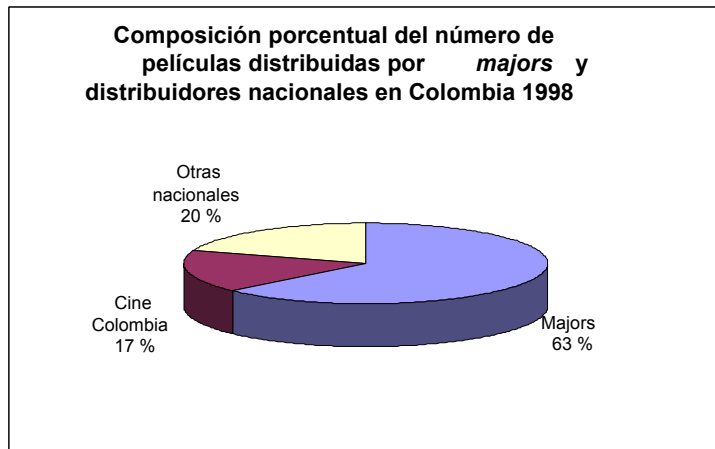


Fuente: FEDESARROLLO, 2000

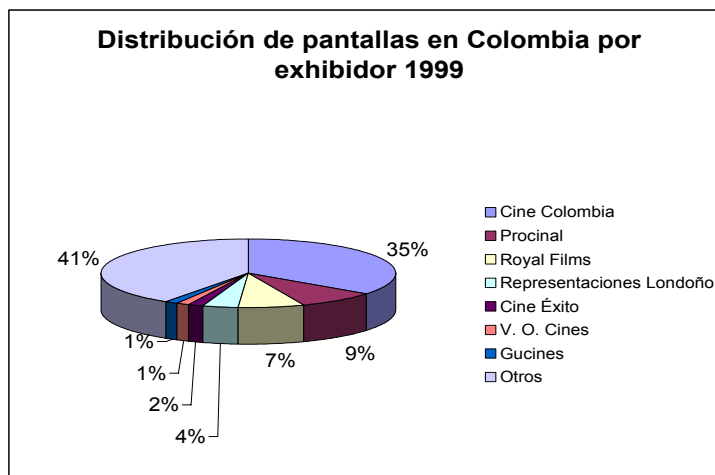
Número de películas nacionales y extranjeras estrenadas en Colombia – 1993-1998

Año	Total Películas	Películas Extranjeras	Películas Nacionales	Participación Películas Nacionales
1993	276	274	2	0.72%
1994	268	267	1	0.37%
1995	251	249	2	0.80%
1996	273	270	3	1.10%
1997	252	251	1	0.40%
1998	243	237	6	2.47%

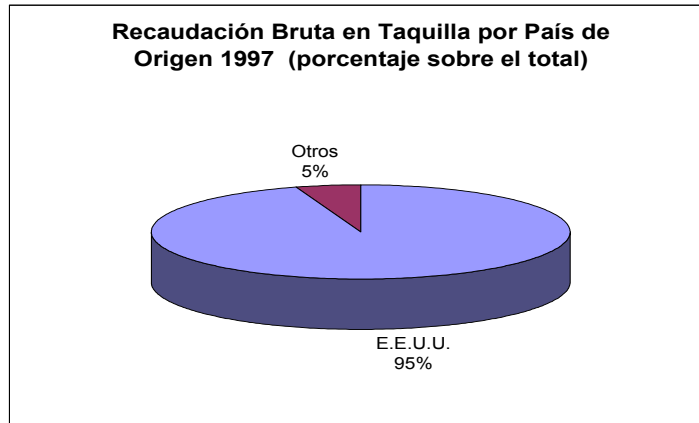
Fuente: Rito Alberto Torres Maya, 1999



Fuente: FEDESARROLLO, 2000



Fuente: FEDESARROLLO, 2000



Fuente: FEDESARROLLO, 2000

Cuadro No. 3.3.5

Empleo de mano de obra en la industria cinematográfica en Colombia

	1996	1997	1998
Exhibidores	2240	2104	2064
Distribuidores	n.d.	n.d.	n.d.
Productores	120	2353	405
Total	2360	4457	2469

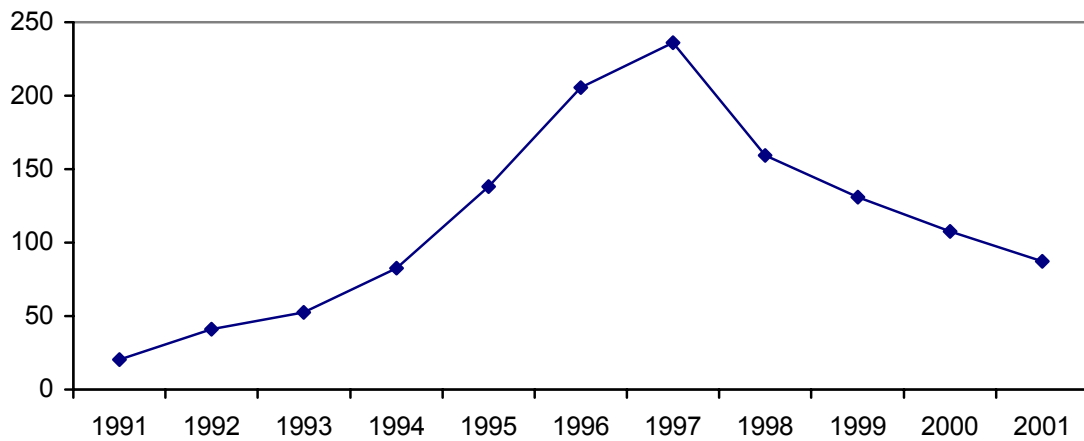
Fuente: Impacto del sector cinematográfico sobre la economía colombiana, FEDESARROLLO

Le secteur du disque

(Unidades, US\$ y porcentajes)

Años	U N I D A D E S (Millones)					Crecim. Porcentual	V A L O R E S (Millones)
	Sencillos a/ Vinilo	Discos de Casetes	Discos Compactos	Total	Ventas en US\$ Millones		
1991	1.7	3.9	1.9	0.4	6.7		20.5
1992	1.3	4.8	2.4	0.9	8.5	26.9%	40.9
1993	1.2	4.5	2.8	1.6	9.3	9.4%	52.5
1994	0.6	3.1	3.1	4.2	10.6	14.0%	82.6
1995	0.6	2.5	3.3	8.8	14.8	39.6%	138.1
1996	0.4	2.2	4.3	12.1	18.8	27.0%	205.7
1997	0.3	1.6	4.8	14.7	21.2	12.8%	236.1
1998	0.2	0.8	2.8	12.5	16.2	-23.6%	159.4
1999	0.03	0.1	1.3	12.5	13.9	-14.2%	130.8
2000	0.01	0.1	1.1	12.7	13.8	-0.7%	107.8
2001	0.0	0.0	0.3	10.7	11.0	-20.3%	87.1

Ventas de música legal en millones \$US en Colombia



CUADRO No.2.5 ORIGEN PROMEDIO DEL
REPERTORIO EN EL MERCADO
COLOMBIANO, 1991-2000

(Porcentajes)

Años	Repertorio Doméstico	Repertorio Internacional/ Regional	Repertorio Clásico
1991	48%	45%	7%
1992	n.d.	n.d.	n.d.
1993	n.d.	n.d.	n.d.
1994	40%	55%	5%
1995	40%	55%	5%
1996	50%	48%	2%
1997	50%	48%	2%
1998	n.d.	n.d.	n.d.
1999	31%	67%	2%
2000	31%	67%	2%
2001	41%	58%	1%

Fuente: 2001 The Recording Industry in Numbers, IFPI, p.124.

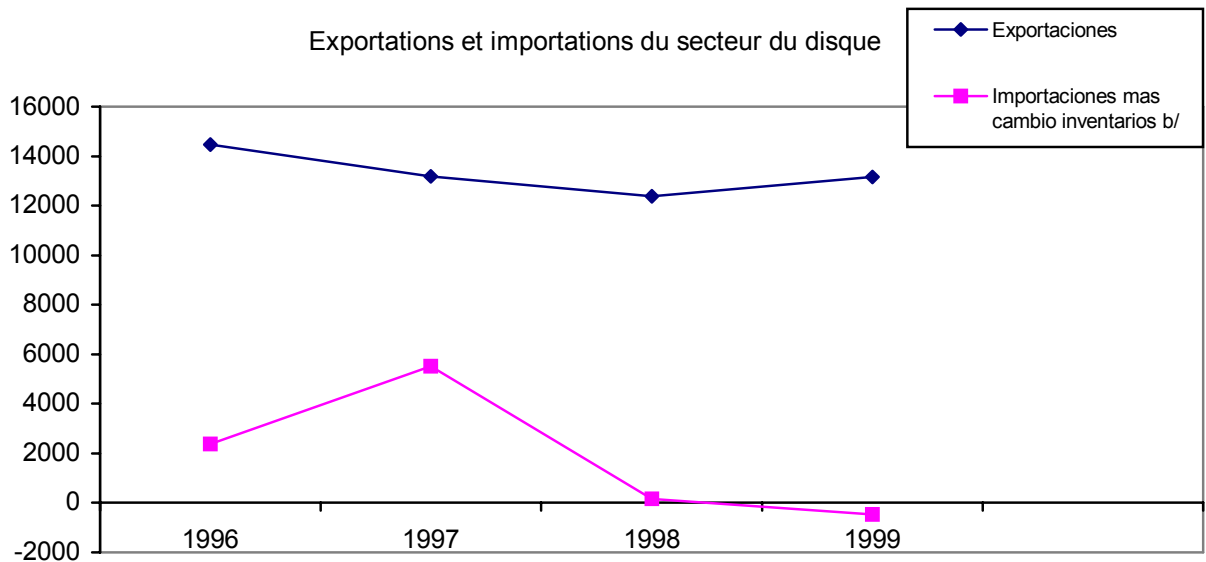
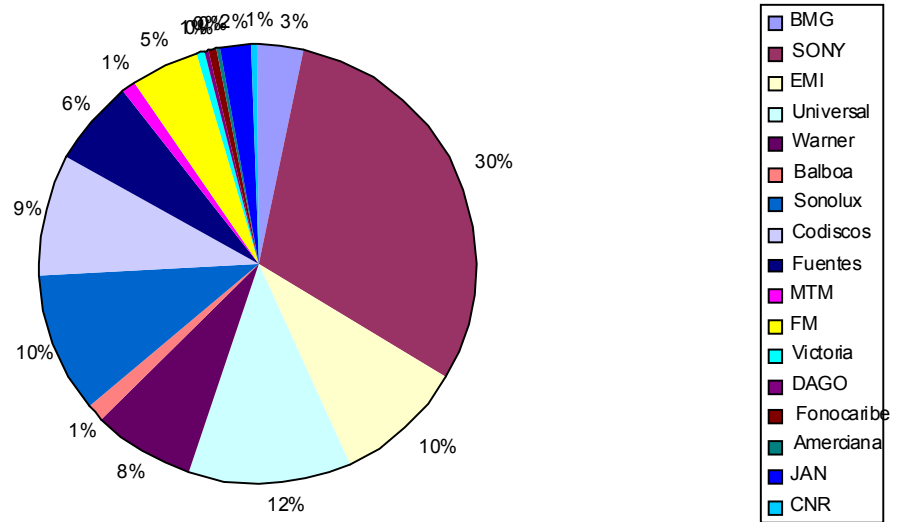


GRÁFICO No.2.2
VENTAS POR PRODUCTORES, 2000



DISTRIBUCIÓN DEL VALOR AGREGADO POR AGENTE

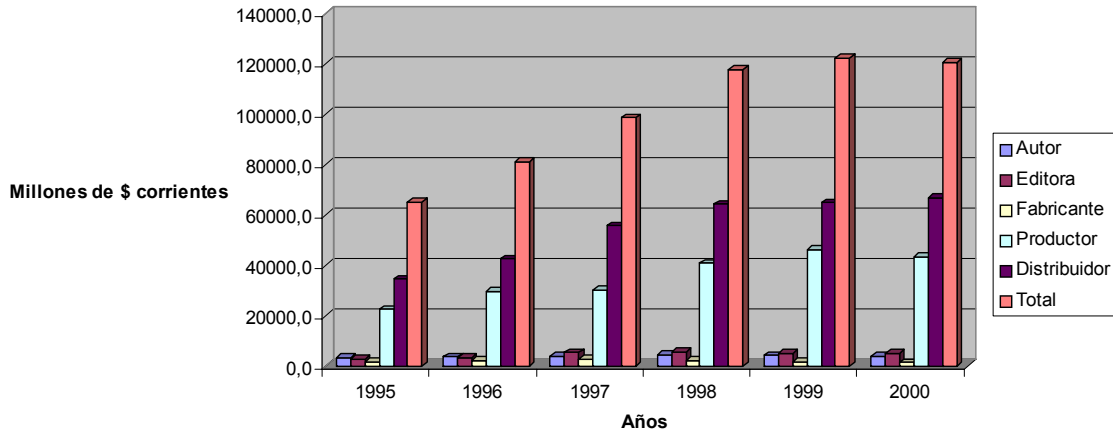
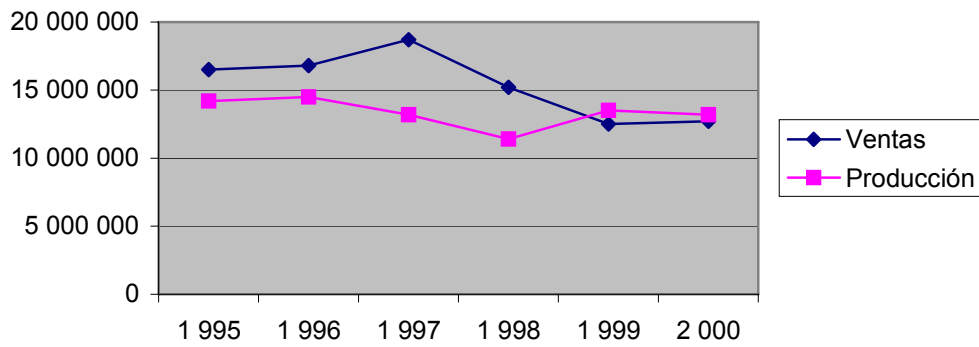


GRÁFICO No.2.3

Industria Fonográfica: Producción y Ventas, 1995-2000 (Unidades)



Derechos de autor en valores constantes 1995-2000

