

Le Conference Board du Canada
Pour y voir clair



Le Forum international sur l'économie créative

17-18 mars • Hilton Lac-Leamy • Gatineau

En collaboration avec :  Patrimoine canadien Canadian Heritage

PRESENTATIONS D'ATELIERS

17-18 MARS 2008

HILTON LAC-LEAMY • GATINEAU, QUÉBEC

10 H 45 – 12 H

Lundi 17 mars 2008**1A Une analyse et une description socio-économiques comparatives intersectorielles des industries culturelles***Jean Matuszewski, président, E&B DATA*

Ce rapport analysera les retombées économiques des industries culturelles au Canada, comparativement à d'autres industries, particulièrement les autres industries du savoir. Elle tentera de comparer la forme et le niveau de soutien du gouvernement à ces industries. Elle examinera leurs points communs avec les autres industries « non culturelles » ainsi que leurs différences intrinsèques. De plus, elle se concentrera sur les effets concrets économiques et sociaux, qu'ils aient été quantifiés à ce jour ou non.

1B La statistique au service du système culturel québécois*Dominique Jutras, directeur, Observatoire de la culture et des communications du Québec*

La création de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ) a été un temps fort de concertation entre les institutions publiques et les milieux de la culture. Aujourd'hui, il est établi que l'OCCQ fait partie du système culturel québécois. Notre présentation visera à démontrer les impacts sur les décideurs publics et privés du dispositif de l'OCCQ et de ses résultats, notamment la production de portraits statistiques fiables, neutres et évolutifs sur les domaines culturels. Aussi, nous verrons comment ses travaux servent à informer de manière neutre et objective décideurs et citoyens, et comment l'OCCQ stimule la recherche.

1C Les créatifs intégrés—L'étendue et la contribution du travail des professionnels de la création dans l'ensemble de l'économie*Peter Higgs, chercheur universitaire principal et professeur, ARC Centre of Excellence for Creative Industries and Innovation, Queensland University of Technology (QUT)**Stuart Cunningham, directeur, ARC Centre of Excellence for Creative Industries and Innovation, Queensland University of Technology (QUT)*

- Les efforts visant à mesurer de façon fiable l'étendue du travail des professionnels de la création dans d'autres industries ont été initiés avec la publication en 2003 des DCMS Economic Estimates; toutefois, la façon dont le niveau d'emploi peut varier entre les secteurs de l'industrie de l'économie était peu connue. La QUT a appliqué une nouvelle méthodologie aux données sur les effectifs du R.-U., de l'Australie et de la Nouvelle-Zélande, et elle a démontré que l'économie

* Tous les présentateurs d'ateliers partageront les résultats et les conclusions découlant de leurs rapports de recherche.

créative peut être légitimement considérée comme étant composée de :

- Postes de spécialistes au sein des industries créatives (spécialiste)
- Postes de soutien au sein des industries créatives (soutien)
- Postes de spécialistes en dehors des industries créatives (intégré)

Alors que nos études sur le R.-U., l'Australie et la Nouvelle-Zélande ont fourni des estimations plus fiables en ce qui concerne la taille de la main-d'oeuvre créative, son revenu moyen et sa contribution à l'économie, le résultat stimulant a été la capacité de mesurer de façon constante les configurations de répartition des créateurs dans tous les secteurs de l'économie – notamment la proportion que représentent les designers graphiques et industriels par rapport au total de la main-d'oeuvre dans le secteur manufacturier, ou celle des développeurs de sites Web et de concepteurs de logiciels par rapport à la main-d'oeuvre du secteur des services financiers.

La capacité des décideurs et des analystes de l'industrie de mieux comprendre, mesurer et suivre l'intégration est essentielle à la transition entre les programmes qui appuient uniquement les industries créatives et ceux qui encouragent et mettent en valeur l'économie créative dans sa totalité.

1D Une politique de « créativité » pour la culture : objectifs, conditions et paradoxes statistiques

Philippe Chantepie, chef du Département des études, de la prospective et des statistiques au ministère de la Culture (France), membre du Conseil national de l'information statistique; professeur associé à l'Université Paris 8, maître de conférence d'économie de l'immatériel à l'Institut d'études politiques de Paris, chargé de cours d'économiedes industries culturelles à l'Université Paris 1 et à l'École nationale supérieure des télécommunications

Plusieurs Etats entendent développer des politiques en faveur de la « créativité » à des fins de croissance et d'emplois, en particulier à partir du secteur culturel. Pour fonder et mesurer une telle perspective, il convient préalablement de s'assurer d'une définition précise et économique de la créativité, laquelle peut s'approcher par une définition du champ d'activités culturelles pertinent en la fondant le sur des critères homogènes et stables ou une combinaison de ceux-ci.

Ensuite seulement, il est possible d'approcher la mesure de l'impact supposé de la créativité du champ considéré sur l'ensemble de l'économie, d'abord par l'application d'une analyse statistique des actifs immatériels dans le champ des activités culturelles retenu, à comparer avec le reste de l'économie. Alors seulement, avec des résultats qui pourront être paradoxaux, il sera possible de

* Tous les présentateurs d'ateliers partageront les résultats et les conclusions découlant de leurs rapports de recherche.

constituer une mesure macro-économique de la culture sur l'économie.

1E La banlieue créative?

Christopher Gibbon, conseiller en recherche, BOP Consulting

Selon une recherche récente réalisée par BOP (p. ex. dans les Midlands du sud-ouest et de l'est de l'Angleterre), la croissance des industries culturelles (IC) au cours des dernières années en Grande-Bretagne a surtout été enregistrée dans les banlieues ou les régions rurales accessibles, et non dans les centres-villes (bien que les niveaux absolus d'emploi par les IC y soient encore plus élevés). Cette tendance est maintenue grâce à un certain nombre de facteurs, notamment des locaux commerciaux plus économiques, l'accès aux services à large bande, etc. Il semble aussi que le mélange d'IC dans les banlieues et dans les régions rurales soit différent de celui qu'on trouve dans la ville. Pourquoi, et quelles sont les répercussions sur les politiques?

Ce rapport discutera d'abord de notre recherche avant d'examiner certaines de ses questions, notamment :

- Une stratégie d'IC est-elle tout aussi pertinente pour les banlieues et les régions rurales qu'elle l'est pour les villes?
- Peut-on voir les banlieues isolément de leur noyau urbain ou y a-t-il des arguments en faveur d'une planification 'ville-région' à un niveau plus élevé?
- La notion de grappes créatives est-elle survenue? Les IC situées à l'extérieur des centres-villes peuvent-elles trouver des façons de compenser l'absence de proximité? Ou est-ce que les différents profils industriels supposent que seulement certains types d'IC ont besoin de grappes de toute façon?
- En vieillissant, les travailleurs des IC déménagent-ils dans les banlieues en déménageant avec leurs entreprises?

1F Le développement socio-économique de Montréal : La cité créative et la carrière artistique comme facteurs d'attraction ?

Diane-Gabrielle Tremblay, Directeur de recherche et professeure, Télé-université, UQAM

Thomas Pilati, Professeur, Télé-université, UQAM

L'économie du savoir a modifié les visions du développement économique des villes et des régions. Le « savoir » a remplacé les ressources naturelles et le travail physique comme outils de développement économique et les villes cherchent comment attirer ce savoir, plus précisément les travailleurs qui le possèdent. Certains auteurs, dont Richard Florida (2002), affirment que les villes se font concurrence pour attirer les talents et que les cités créatives sont les seules qui ont vraiment de l'avenir.

* Tous les présentateurs d'ateliers partageront les résultats et les conclusions découlant de leurs rapports de recherche.

Dans une perspective apparentée, notre communication repose ainsi sur l'hypothèse que dans plusieurs secteurs de l'économie, la compétitivité repose sur les avoirs intangibles. On s'accorde généralement pour dire que le savoir et l'innovation sont des conditions majeures du développement de la société et des ressources critiques pour l'économie locale. Ainsi, les pays qui possèdent les stocks les plus importants de capital humain connaîtraient des niveaux de vie supérieurs (Romer, 1989).

L'argument mis de l'avant dans notre texte s'inspire des thèses de Florida (2002) comme de Romer (1989). Nous avons voulu tester l'hypothèse selon laquelle la ville, pour attirer les talents et maintenir une forte intensité de savoir, doit être en mesure d'offrir un climat urbain favorable pour attirer et retenir les travailleurs créatifs, offrir une bonne qualité de vie et plusieurs occasions de carrière, notamment dans le secteur artistique. Nous nous intéressons aussi aux carrières artistiques parce que certains travaux conduisent à penser que les carrières artistiques seraient les précurseurs des carrières de l'avenir, puisqu'il s'agit de carrières en quelque sorte nomades ou parfois précaires, un type apparemment appelé à se développer dans plusieurs autres secteurs (Menger, 2002).

L'hypothèse soutenue par Florida est, en gros, que les travailleurs créatifs (artistes mais aussi professionnels et autres créatifs) ont ainsi tendance à être attirés et à rester dans les villes qualifiées de 'cool', où la population est ouverte au multiculturalisme et tolérante envers les gais et lesbiennes (Florida, 2002). Ensuite, le succès avec lequel une région urbaine peut générer et retenir une activité de création dépend de la qualité du lieu et des facteurs qui favorisent le bon voisinage et la cohésion sociale au sein de la communauté.

Nous avons traité ailleurs en détail des critiques de ces thèses de Florida, qui sont nombreuses; nous ne reprendrons pas cela ici, mais nous avons voulu tester la théorie de manière empirique, sans vouloir prétendre que ce test serait définitif, ce qui serait excessif. Toutefois, nous considérons que si la théorie de Florida a été souvent critiquée sur le plan théorique (voir notamment Shearmur, 2006; Naud et Tremblay, 2006, ou Tremblay et Pilati, 2007), elle a été peu testée et mérite une confrontation avec la réalité, en raison de sa grande diffusion et du niveau relativement limité des tests empiriques auxquels elle a donné lieu, selon nombre d'auteurs, dont Shearmur (2006) et Kotkin (2000) entre autres. Ainsi, Kotkin et Siegel (1999) affirment que les talents (les auteurs rejettent le concept de classe créative de Florida) se préoccupent d'abord et avant tout du coût de la vie urbaine, du temps de navettage entre le lieu de résidence et le travail et de la variété de loisirs familiaux offerts par la ville et que la thèse de Florida ne tient donc pas. Il est donc intéressant de déterminer quels sont les facteurs déterminants pour les artistes notamment, d'autres groupes devant être analysés par la suite.

Dans notre communication, nous allons d'abord faire une brève

* Tous les présentateurs d'ateliers partageront les résultats et les conclusions découlant de leurs rapports de recherche.

présentation des thèses qui ont inspiré notre recherche, puis une présentation de Montréal et de la situation des artistes à Montréal et au Québec, pour ensuite présenter notre méthodologie et les résultats de la recherche. Nous avons fait des entretiens avec une quinzaine d'artistes et de responsables de centres d'artistes ou d'autres organismes artistiques, à partir d'une grille traitant des facteurs d'attraction et de la carrière. Nous identifierons les facteurs d'attraction et les problèmes que la ville de Montréal peut présenter sur le plan de la cité créative et de l'attraction des créatifs.

1G La restructuration économique par le truchement de la culture dans les petites villes et les régions rurales : création d'économies rurales créatives

Dan Taylor, agent de développement économique, Prince Edward County

Greg Baeker, conseiller supérieur, Authenticity

Ce rapport décrira l'expérience de la « première économie rurale du Canada » à Prince Edward County, une municipalité rurale ontarienne qui a acquis une réputation nationale en raison de sa réussite à modeler des nouvelles stratégies de développement économique fondées sur la créativité, la culture et la qualité de l'endroit. Cette étude de cas sera analysée dans le contexte de cadres et d'hypothèses plus vastes de politique sur l'économie créative.

Les petites villes et les régions rurales font face à des défis énormes liés à la restructuration de l'économie. La dépendance traditionnelle à l'égard de l'agriculture et un nombre d'industries relativement petit rendent les régions rurales vulnérables, particulièrement dans le contexte d'une base industrielle en déclin. Elles sont plusieurs à être confrontées aux vraies questions de viabilité dans le contexte d'une réduction de l'assiette fiscale et de la capacité à payer pour les services de base et l'infrastructure.

À ce jour, des idées relatives aux économies créatives et aux nouvelles sources de création de richesse mises en évidence, entre autres par Richard Florida, se sont concentrées sur les plus grands centres urbains. Toutefois, ce rapport étudiera la pertinence et le potentiel de ces mêmes idées dans des communautés plus petites et dans les régions rurales.

* Tous les présentateurs d'ateliers partageront les résultats et les conclusions découlant de leurs rapports de recherche.

1H Favoriser la collaboration dans le secteur de la culture et de la création

Reid Henry, Directeur de la recherche et de la consultation, Artscape

L'ampleur de l'intérêt international à l'égard de l'économie créative émergente met en évidence l'importance du rôle que l'« endroit » peut jouer dans la promotion des collaborations et des collisions qui entraînent l'innovation. Les micro-entreprises dans le secteur de la culture et de la création ont tendance à se rassembler dans les endroits de la ville qui constituent un 'milieu' distinctif ou un 'domaine créatif' – des endroits où la densité, la diversité, l'authenticité et la connectivité convergent pour engendrer à la fois la matière brute et le produit des communautés créatives.

Dans l'ensemble de la ville de Toronto, certaines écologies d'infrastructure attirent l'influx de talents, de capitaux et d'idées qui font progresser l'économie créative. Elles produisent une masse critique, concentrent la capacité créative et accumulent des fonds pendant que les réseaux d'entreprise se forment, que les communautés d'intérêts se développent, que les liens se tissent plus étroitement – elles deviennent distinctes, et plus importantes que la somme de leurs parties.

La recherche liée au Creative Convergence Project (projet de convergence créative) visait à découvrir la dynamique d'emplacement des micro-entreprises créatives et à comprendre les 'habitats' qui favorisent leur réussite. En ayant recours à la technologie SIG, Artscape a mappé la configuration spatiale de plus de 10 000 entreprises dans les arts fondamentaux, dans les industries culturelles et dans les services créatifs. Des sondages à l'échelle municipale et des événements 'Café du monde' dans les secteurs créatifs clés ont fait appel à plus de 400 entrepreneurs, offrant un aperçu plus raffiné des conditions géographiques nécessaires pour stimuler, développer et soutenir les réseaux de capacité créative. Les conclusions tirées de la recherche suggèrent une approche infrastructurelle plus stratégique pour appuyer le secteur torontois de la culture et de la création qui maximise l'intégration d'une politique de développement économique, culturel et urbain.

* Tous les présentateurs d'ateliers partageront les résultats et les conclusions découlant de leurs rapports de recherche.

1I Des exemples de conditions économiques qui favorisent la production théâtrale dans le contexte de la minorité francophone canadienne

Mariette Théberge, Professeure agrégée, Faculté d'éducation, Université d'Ottawa

Cette communication vise à illustrer la dynamique qui sous-tend la production théâtrale dans le contexte de la francophonie minoritaire canadienne. Pour ce faire, je vais retracer les conditions économiques qui prévalent dans l'entente entre deux infrastructures culturelles – l'une en Alberta et l'autre en Acadie – et les troupes de théâtre qui y résident. Dans cette étude de cas, la perspective systémique de l'étude de la créativité (Csikzentmihalyi, 2006) servira de cadre réflexion pour expliciter comment ces infrastructures peuvent être « un modèle dans l'accompagnement et le soutien offerts aux artistes professionnels ainsi qu'à la création, la production, la promotion, la diffusion, la conservation et la documentation des œuvres » (États généraux du Nouveau Brunswick, 2007). Faisant face à un problème d'exode des artistes (Association des Théâtres Francophones du Canada, 2006), les troupes qui oeuvrent en milieu minoritaire et leur communauté se rendent compte que la production artistique est non seulement intimement liée à la vie culturelle, mais aussi à l'expansion économique. Elles cherchent donc à inciter les artistes à rester. Cependant, les conditions qui leur sont offertes jouent un grand rôle dans l'attrait qu'elles peuvent exercer à long terme. Lorsqu'elles réussissent, elles se rendent compte que cela permet d'instaurer une filiation dans la transmission du savoir artistique qui non seulement participe à la qualité de vie de la communauté mais l'accroît tout en suscitant un sens d'appartenance, entre autres, chez les jeunes. C'est pourquoi il importe de mieux connaître ces pratiques exemplaires.

1J L'Impact de la technologie numérique sur les productions culturelles—une étude de cas d'un spectacle de marionnettes taiwanais

Chun-Liang Chen, candidat au doctorat, Graduate Institute of International Business, Université nationale de Taiwan

Yi-Long Jaw, Professeur, Graduate Institute of International Business, Université nationale de Taiwan

Hui-Min Pan, Directeur du Centre des arts visuels, Université de la culture chinoise

Wiboon Kittilakswanawong, candidat au doctorat, Université de la culture chinoise

La numérisation a mis à la disposition des entreprises de nouvelles méthodes pour distribuer leurs produits, et leur a donné l'occasion de travailler de façon interactive avec leurs consommateurs. Ce rapport

* Tous les présentateurs d'ateliers partageront les résultats et les conclusions découlant de leurs rapports de recherche.

distinguera les capacités dynamiques du commerce culturel et analysera le cadre analytique d'un modèle de gestion de la production culturelle. Nous nous pencherons également sur la manière dont la technologie numérique peut être utilisée pour créer de la valeur et tirer un avantage ferme et précis.

Nous examinons deux entreprises innovatrices qui se démarquent dans les industries culturelles de Taiwan, soit l'industrie des marionnettes, PiLi International Multimedia Corporate et la Taiyuan Puppet Theatre Company. Notre étude préliminaire nous a permis de dégager quatre dimensions et six capacités dynamiques pour la production culturelle qui sont axées sur trois technologies, soit l'application créative de technologies habilitantes, l'évaluation de la valeur du client et l'utilisation de la capacité d'absorption. En ayant recours à deux études de cas et à la méthode d'induction analytique pour analyser les données, nous avons examiné des modèles préliminaires de gestion de la production culturelle. En plus de trouver des applications pour la technologie numérique, les organisations culturelles doivent incorporer ces technologies culturelles dans leur modèle de gestion, pour parvenir à offrir aux clients une valeur intégrée et mettre à profit les synergies au coeur de l'innovation.

* Tous les présentateurs d'ateliers partageront les résultats et les conclusions découlant de leurs rapports de recherche.

14 H – 15 H 30

Lundi 17 mars 2008**2A Les nouveaux créateurs – les artistes et l'économie créative***Kelly Wilhelm, partenariat et réseaux, Conseil des arts du Canada**Claude Schryer, coordonnateur, bureau Inter-Arts, Conseil des arts du Canada*

Le Conseil des Arts du Canada, qui célèbre cette année son 50^e anniversaire, a publié au mois d'octobre 2007 « Cap sur l'avenir – Plan stratégique 2008-2011 : Valeurs et orientations ». La publication du plan a été précédée d'une vaste consultation à l'échelle nationale auprès des intervenants du Conseil – artistes, organismes voués aux arts, amateurs d'art, organismes de soutien aux arts et le public. La consultation a permis d'obtenir 1400 réponses à un sondage en ligne et les commentaires de 300 personnes dans le cadre d'une série de discussions avec les parties intéressées. Ces discussions, auxquels 200 personnes ont participé, comprenaient neuf dialogues avec des artistes et des administrateurs d'art âgés de 18 à 30 ans.

Le plan stratégique s'est aussi inspiré d'études récentes réalisées par le Conseil et qui analysent les pratiques artistiques émergentes et nouvelles qui sont influencées par la technologie, les arts urbains, les approches multidisciplinaires et intersectorielles à la création artistique et à sa diffusion.

Lors de cette co-présentation multimédia, les coprésidents des consultations du Conseil relatives au plan stratégique dresseront un portrait de la nouvelle main-d'oeuvre dans le secteur des arts, ses caractéristiques et ses besoins, et l'étendue et la diversité du travail qu'elle accomplit. Il sera fondé sur la reconnaissance que les artistes, et l'écosystème des arts qu'ils appuient, sont les principaux fournisseurs de contenu et, en fin de compte, les moteurs de l'économie créative.

2B Modes de subsistance durables : un cadre pour comprendre le rôle économique des artistes dans l'économie créative*Judi Piggott, chercheur indépendant, BC Cultural Sector Development Council*

Ce rapport présentera une approche systémique qui permet de découvrir et de comprendre l'économie créative au niveau de ses actifs créatifs individuels, soit les artistes et les travailleurs culturels (les nouveaux capitalistes de l'économie du savoir, selon Drucker). Bien que les données sur le profil des retombées économiques et du potentiel du secteur aient augmenté, ces études n'arrivent pas à saisir efficacement une grande partie de l'information sur la façon dont les artistes gagnent un revenu individuellement et assurent leur subsistance. Pour être en mesure de repenser le stéréotype de l'artiste qui crève de faim et de placer le travailleur créatif au centre de l'économie créative, il faut absolument comprendre son mode de

* Tous les présentateurs d'ateliers partageront les résultats et les conclusions découlant de leurs rapports de recherche.

subsistance et fournir un cadre dans lequel on pourra décrire et utiliser cette information.

Bien que les modèles de systèmes de subsistance soient surtout associés aux activités de développement international, principalement à la lutte contre la pauvreté dans les populations rurales, ils ne se limitent certainement pas à cet usage. C'est une façon idéale de s'adresser à des groupes, à des grappes et à des individus. En se concentrant sur le secteur des artistes et des travailleurs culturels, ce cadre peut orienter la recherche et servir à l'élaboration de politiques, à la conception de programmes et, surtout, nous offrir une façon plus globale et plus efficace d'inclure le travail créatif individuel comme actif et contributeur économique dans les modèles économiques qui sont en cours de développement.

2C Évaluation comparative et compréhension des industries créatives de Londres

Alan Freeman, chercheur invité, Greenwich University et économiste de supervision, Greater London Authority Economics (GLA Economics)

Au cours des quatre dernières années, Greater London Authority a produit trois rapports d'évaluation comparative des industries créatives de la ville, dont le premier, *Creativity : London's Core Business* (2002), rendait compte de l'emploi et de la production dans les industries qui sont définies dans la classification fournie par le UK Department of Culture, Media and Sport (DCMS). En 2003, celui-ci était étayé par un ensemble de données locales basées sur un échantillon complet d'entreprises couvrant au moins 70 pour cent des entreprises créatives de Londres. Dans la plus récente mise à jour (2007), on a aussi étudié les liens qui existent entre les industries créatives en utilisant les données de tableaux entrées-sorties du R.-U.

La première 'vérification culturelle' de la ville, dont la production est prévue pour le début de 2008, a pour but de fournir le premier inventaire chiffré de l'offre culturelle de Londres, ce qui comprend l'infrastructure, la fourniture, l'utilisation et les dépenses. Quatre autres villes du monde, soit New York, Tokyo, Paris et Shanghai, serviront de point de référence, sous réserve de la disponibilité des données.

Dans le cadre de l'élaboration d'un ensemble de données comparables aux niveaux international et régional, et destiné à mesurer l'activité culturelle et créative des villes modernes, GLA Economics a été confrontée à une variété de questions de mesure, de standardisation et d'interprétation, et elle a entretenu des rapports avec des agences nationales et internationales dans le but de résoudre ces problèmes de façon à pouvoir promouvoir la comparaison internationale des indicateurs culturels et créatifs.

Ce rapport présentera un aperçu des méthodes utilisées dans les analyses comparatives internationales, et des défis que ces dernières posent, à partir de l'expérience de Londres.

* Tous les présentateurs d'ateliers partageront les résultats et les conclusions découlant de leurs rapports de recherche.

2D L'innovation dans les industries de la création et du savoir – rien n'est définitif

Leslie Chan, directeur de programme pour le Joint Program in New Media Studies et l'International Studies Program, Université de Toronto à Scarborough

Gale Moore, Département de sociologie et directeur du Knowledge Media Design Institute, Université de Toronto

La prolifération et la circulation de produits d'information numériques ou de contenu numérique à l'ère de l'Internet mondial sont perçues par plusieurs comme un encouragement à la créativité et une stimulation de l'innovation qui n'auraient pu être possibles à l'ère industrielle. Toutefois, pour les distributeurs de contenu traditionnels – les médias et l'industrie du divertissement, les éditeurs de livres, de revues et de journaux, cette participation de masse potentielle et la capacité de trouver ou recevoir l'information, d'interagir, de contribuer ou de participer sans avoir besoin des médiateurs traditionnels, marquent la fin du statu quo. Mais, nous soutenons qu'elles ne marquent pas la fin des affaires. L'ouverture à la collaboration et au partage, et l'accès à toute forme de contenu numérique, remettent en cause les croyances profondément enracinées concernant la nature de la propriété et des relations sociales de la production. Elles offrent en même temps une occasion de concevoir de nouveaux processus opérationnels et de créer des nouveaux services et modèles de production, de distribution et de consommation du savoir et autres artefacts créatifs.

Les auteurs présenteront un certain nombre de modèles et processus opérationnels émergents, en donnant des exemples provenant d'industries du secteur de la création et de l'édition en particulier. Une question essentielle consiste à savoir comment de nouvelles idées relatives à la propriété intellectuelle et au droit d'auteur peuvent à la fois donner accès à de nouvelles occasions d'affaires et en créer. Nous soutenons que l'ouverture constitue un vaste cadre stratégique qui favorise de nouvelles avenues pour la durabilité économique, le développement multimédia, le financement public et, par-dessus tout, les innovations dans ce secteur dynamique et croissant de l'économie globale.

* Tous les présentateurs d'ateliers partageront les résultats et les conclusions découlant de leurs rapports de recherche.

2E « Implanter le changement » : un nouveau modèle d'innovation, de commercialisation et de transfert de technologie au sein du secteur des arts

Ken Coates, doyen de la faculté des Lettres, Université de Waterloo

David Goodwin, directeur, Digital Arts Communication, Université de Waterloo

Jill Tomasson Goodwin, Canadian Centre of Arts and Technology, Université de Waterloo

On ne cesse de nous répéter que le Canada devra affronter la concurrence toujours plus vive des économies en émergence telles que celles de la Chine et de l'Inde. On nous dit aussi que ce n'est pas en travaillant plus fort qu'on peut établir un avantage durable sur le plan de la concurrence, mais plutôt en travaillant plus intelligemment : en faisant appel notamment à des technologies innovatrices pour accéder rapidement à des entreprises à petits volumes mais à marge élevée et, par conséquent, à livrer concurrence sur la valeur (plutôt que sur le prix) de nos biens et services.

Bien que les secteurs des arts et de la culture soient connus pour générer, multiplier et accélérer l'adoption de technologies innovatrices, les secteurs de la technologie et des affaires ont tendance à les considérer comme des récipiendaires de subventions plutôt que comme des partenaires clés en matière d'innovation et de commercialisation. Dans un effort visant à renverser ces perceptions, et surtout à trouver de nouveaux moyens d'« implanter » la technologie de prévente de Christie Digital dans l'industrie du théâtre intégré, le Canadian Centre of Arts and Technology (Université de Waterloo) a récemment établi un partenariat avec une entreprise du secteur privé, Christie Digital Systems, Canada. « Implanter » signifie pour nous « introduire une nouvelle technologie dans une communauté hôte prometteuse dans le but de savoir si le transfert de connaissances peut être établi, répondre aux besoins d'affaires des deux parties et s'étendre à d'autres parties connectées. »

Ce rapport présentera une discussion de notre modèle « implanter le changement », en insistant sur :

- ce que nous apprenons sur le processus de transfert d'une technologie émergente, et sa commercialisation, dans une industrie culturelle établie;
- les sortes de partenariats de financement et de recherche que nous établissons dans le but d'étendre l'influence et la portée de notre projet (y compris la commercialisation sur les marchés internationaux); et
- les nouvelles occasions émergentes au Canada d'« implantation » des technologies innovatrices dans les industries de la culture et des arts.

* Tous les présentateurs d'ateliers partageront les résultats et les conclusions découlant de leurs rapports de recherche.

2F La convergence multiplateforme dans les industries de l'écran : l'impact sur l'économie créative au Canada et au Royaume-Uni

Peter Lyman, Nordicité

Terri Wills, Nordicité

Stuart Jack, Nordicité

Nordicité est une firme d'experts-conseils dans le secteur des industries créatives qui est établie à Toronto, Canada et à Londres, R.-U. Mettant à profit sa participation à des projets avec des clients tels que Film Ontario, Interactive Ontario, le CONCERT Consortium on R&D, le Conseil des ressources humaines du secteur culturel et le Scottish Commission on Broadcasting, Nordicité décrira brièvement l'incidence des changements technologiques sur l'augmentation de la convergence 360 (totale) – ou totalement multiplateforme – au sein des industries de l'écran.

Alors que le mot convergence est un mot ancien, les développements récents au cours des cinq dernières années ont finalement commencé à enregistrer un réel changement : les compétences requises, les exigences en matière de financement et les partenariats nécessaires pour réussir dans un monde multiplateforme se transforment. Ce changement aura des répercussions sur la façon dont les décideurs doivent interagir avec les industries créatives. Le financement qui provient des entreprises est nécessaire pour pouvoir élaborer le développement d'un éventail de projets – soit par le financement réorienté de projet par le gouvernement, ou par des fonds de capital de risque public-privé comme ceux qu'on trouve en Écosse. Le gouvernement doit modifier sa définition de la R-D pour y inclure l'innovation, de façon à permettre aux industries créatives d'avoir accès aux stimulants fiscaux à la R-D. Et les employés doivent être de plus en plus interdisciplinaires – les technologues doivent avoir des habiletés créatives, et vice-versa; ils doivent tous avoir de meilleures compétences en affaires. Enfin, Nordicité donnera un aperçu de ce que les décideurs et les chefs d'entreprise peuvent faire pour s'assurer que nous devenions des chefs de file internationaux dans le contenu multiplateforme ou 360.

* Tous les présentateurs d'ateliers partageront les résultats et les conclusions découlant de leurs rapports de recherche.

10 H 30 – 12 H

Mardi 18 mars 2008**3A Le pour et le contre—Comment les décideurs ont-ils donné suite à la complexité croissante du débat sur la propriété intellectuelle et sur le problème du piratage sur Internet?**

Meir Pugatch, directeur de recherche, Stockholm Network, et chargé d'enseignement, School of Public Health, University of Haifa

David Torstensson, Ph.D., University of Oxford et chercheur universitaire, Stockholm Network

En général, les débats sur la propriété intellectuelle ont été axés sur la façon de trouver un meilleur équilibre entre les droits des créateurs de contenu relatifs à leur travail et les intérêts du public plus vaste qui est l'utilisateur actuel de ce travail. Mais la croissance de l'Internet et l'utilisation généralisée de la technologie numérique ouvrent la voie à une nouvelle ère – et une échelle de grandeur – qui risque de changer la base même de ce débat.

Les décideurs partout dans le monde sont maintenant confrontés à une situation où le téléchargement illégal et non réglementé de musique, de films et de logiciels va bon train. Pour plusieurs des industries créatives, les résultats ont été effrayants. Au cours d'une période où le téléchargement illégal en ligne a explosé – on estime à 20 milliards, le nombre de chansons téléchargées illégalement en 2005 seulement – la valeur de l'industrie de la musique qui était de 45 milliards de dollars en 1995 a diminué pour atteindre 25 milliards de dollars en 2005.

Quelle sorte de risques représentent pour l'innovation et la créativité à long terme des changements aussi importants dans les entreprises de créateurs de contenu et dans le comportement des consommateurs? Et que peut-on faire à cet égard?

Les parties intéressées à travers le monde ont adopté diverses techniques et politiques pour s'attaquer à ces problèmes. Les réponses qui variaient ont été soit judiciaires (voir A&M Records c Napster en 2001, MGM Studios Inc c Grokster en 2005, et plus récemment le cas en instance de Viacom et al c YouTube), soit politiques et législatives (voir les récentes propositions Oliviennes en France), soit technologiques (telles que le lancement sur YouTube d'une technique de filtrage en ligne).

Ce rapport analysera ces réponses, posera à nouveau certaines questions fondamentales concernant le débat sur les FI dans une ère numérique, et, en se basant sur une comparaison des pratiques exemplaires, il proposera un guide dans lequel on pourrait trouver les solutions futures à ce problème.

* Tous les présentateurs d'ateliers partageront les résultats et les conclusions découlant de leurs rapports de recherche.

3B Le contenu créatif et l'équilibre illusoire en matière de droit d'auteur

Giuseppina D'Agostino, professeur adjoint, Osgoode Hall Law School, Université York

Au Canada et dans les autres économies industrialisées, les éditeurs de journaux et de magazines de grande diffusion, exploitent le contenu créatif non seulement dans la presse écrite mais maintenant aussi dans une variété de médias (p. ex., CD-Rom, bases de données, sites Web). La prolifération de technologies numériques élargit les pouvoirs d'exploitation de l'éditeur et place les objectifs de la loi sur les droits d'auteurs sous tension. La grande majorité des rédacteurs/scénaristes sont des auteurs pigistes.

Des études indiquent qu'on fait de plus en plus appel aux travailleurs pigistes en raison d'une « renaissance partielle » du travail indépendant, ce qui est rendu possible par les changements dans l'organisation industrielle, la technologie et les efforts pour éviter la réglementation. Malheureusement, cette renaissance partielle ne se traduit pas par un meilleur gagne-pain pour les travailleurs autonomes, ni par une plus grande variété d'emplois destinés au public. Les utilisateurs et auteurs de contenu créatif sont confrontés à un filtrage culturel. Les travailleurs autonomes font face à des conditions douteuses vis-à-vis des éditeurs mondialisés et avancés sur le plan technologique. Ce rapport de sujétion est renforcé par le système de droits d'auteur axé sur le laisser-faire, qui est censé être en place pour protéger les créateurs (et sans doute établi pour protéger les utilisateurs). Les pigistes reçoivent peu, s'ils en reçoivent, de revenus additionnels; et ils ne consentent pas à ces nouveaux moyens d'exploitation. Entre-temps, les éditeurs justifient le besoin de détenir des droits d'auteurs futurs par des clauses habituelles unilatérales non négociables et des mesures judiciaires. La récente décision de la Cour suprême du Canada dans *Robertson c Thomson Corp* témoigne de cette lutte permanente. Il y a eu une série de cas litigieux à travers l'Amérique du Nord et l'Europe continentale sur la question de savoir qui détient et contrôle les utilisations futures de contenu créatif. La législation sur le droit d'auteur, notamment dans les pays de common law, ne permet pas de s'attaquer à ces questions essentielles de politique publique. Des solutions seront suggérées, en tenant compte de l'équilibre délicat entre les intérêts variés des parties intéressées.

* Tous les présentateurs d'ateliers partageront les résultats et les conclusions découlant de leurs rapports de recherche.

3C Comblant le déficit d'innovation : encourager et protéger les droits de propriété intellectuelle

Graham Henderson, Président, Association de l'industrie canadienne de l'enregistrement

Aaron Sawchuk, Directeur des affaires réglementaires et de l'application, Association de l'industrie canadienne de l'enregistrement

Dans le cadre du G-7, le Canada a constamment fait piètre figure en termes d'innovation. En examinant le déficit entre le Canada et les pays dirigeants innovateurs, le document traite essentiellement des éléments de base de l'économie du savoir – l'encouragement et la protection des droits de propriété intellectuelle.

Le texte est présenté en trois parties. Tout d'abord, il survole la documentation récente sur l'économie qui analyse le lien entre un système de propriété intellectuelle (PI) et une économie innovatrice. Cette section porte sur la façon dont la protection de PI revêt une corrélation positive avec les principaux éléments de la croissance économique, notamment l'investissement direct étranger, le transfert de technologie et l'exploitation de produits conceptuels à l'intérieur du pays. Puis, le document explique les meilleures pratiques internationales pour établir des systèmes de PI dynamiques, intégrés et complets. Les éléments examinés sont les suivants : conseil de coordination PI, groupe de travail sur le crime PI, centre d'incubation PI, bureaux de transfert de technologie et cadre de travail législatif moderne.

La dernière partie approfondit, à la lumière des lacunes de notre système PI, la faible performance en matière d'innovation. Elle est de nature normative, ne faisant pas ressortir uniquement les insuffisances du système de PI canadien actuel, mais proposant aussi des recommandations qui pourraient redresser les performances en matière d'innovation canadienne en vue de meilleures pratiques internationales.

3D Pop et politique : musique en avance rapide

Tina Piper, professeure adjointe, Faculté de droit, Université McGill et membre du Centre des politiques en propriété intellectuelle

Ce document explore les implications juridiques des nouveaux modèles de propriété intellectuelle liés à la distribution des médias numériques (principalement la musique) au Canada. Le problème est présenté d'un point de vue interdisciplinaire et juridique : d'abord, la liberté d'accès, le contenu généré par l'utilisateur (notamment les parties échantillonnées et reconstituées), puis les nouvelles technologies de distribution musicale portant sur la Loi de propriété intellectuelle.

Par la suite, l'exposé évalue si la loi (législative, de réglementation et de common law) ralentit et favorise le développement de nouveaux modèles d'opération, encourageant ainsi la distribution musicale. La

* Tous les présentateurs d'ateliers partageront les résultats et les conclusions découlant de leurs rapports de recherche.

recherche provient de deux ans de collaboration entre l'École de musique Schulich de l'Université McGill et le Centre des politiques en propriété intellectuelle, réunissant des responsables politiques, artistiques, universitaires et juridiques dans le but de discuter des nouveaux modèles de distribution musicale à partir desquels les étudiants ont élaboré des modèles d'exploitation crédibles.

L'exposé fait également appel à deux sommets portant sur les politiques musicales et la nouvelle technologie selon un artiste de l'Université McGill, un rapport et une enquête préparés pour Industrie Canada et des observations de l'auteure en tant que chargée de projet de Creative Commons Canada.

3E Attracteurs forts et nénuphars : comment chiffrer la dérive des talents dans l'économie créative par le biais de l'effet de concentration pour révéler l'impact des facteurs locaux

Peter Higgs, détenteur d'une bourse de recherche, ARC Centre of Excellence for Creative Industries and Innovation, Queensland University of Technology

Sam Hagaman, VRE Researcher Creative Industries Faculty, Queensland University of Technology

Les chercheurs du domaine de l'industrie culturelle et de la création, et plus récemment la classe de création, ont soulevé le problème de concentration disproportionnée de talents créatifs et d'activités créatives dans un nombre limité de plus grandes villes. Bien que diverses explications aient été offertes pour expliquer ce phénomène, il n'existe toujours pas d'analyse comparative quantitative sur le fonctionnement de l'effet de concentration.

Richard Florida a effectué des recherches sur la corrélation entre les concentrations de populations créatives et l'emplacement des industries de haute technologie américaines, puis a fourni des conclusions en indiquant la raison. Toutefois, il n'a pas retenu de parcours typique pour quantifier son niveau d'attraction.

À l'aide des plus récentes données du recensement australien, la recherche a démontré une force des facteurs de concentration qui semble s'appliquer autant aux petites villes qu'aux plus importantes. Certains segments créatifs, comme le cinéma et le design, possèdent un facteur de concentration plus marqué que les autres, par exemple la musique et l'art de la scène.

La connaissance de ces facteurs de concentration, ainsi que la population urbaine ou la taille de la main-d'oeuvre, permettent aux chercheurs de prévoir la densité normale de l'emploi en création et les entreprises de création pour chacun des segments ainsi que pour l'ensemble de l'économie créative. Du moins pour l'Australie, l'établissement d'une corrélation du rendement réel d'une ville par rapport à sa densité de « base » prévue contribue à déterminer

* Tous les présentateurs d'ateliers partageront les résultats et les conclusions découlant de leurs rapports de recherche.

d'autres facteurs qui pourraient influencer la densité d'emplois créatifs, particulièrement les éléments historiques, pédagogiques, géographiques ou politiques.

3F Économies créatives et lieux divers : une analyse des carrefours créatifs au Canada

Gregory M. Spencer, Ph.D., Département de géographie et planification, Université de Toronto

L'analyse statistique de la relation entre la diversité locale et les résultats économiques a donné, de façon générale, des résultats incohérents. En dépit du manque de clarté empirique, le lien théorique entre la diversité et les résultats économiques demeure attrayant. L'équation de base montre que la diversité génère un effet positif à la création de nouvelles idées, lesquelles, en retour, produisent une croissance économique. L'approche commune vérifiant cette théorie consiste à examiner s'il existe une corrélation entre la diversité locale et la croissance économique. Toutefois, l'aspect négatif de cette méthode, c'est qu'elle tend à omettre l'étape théorique intermédiaire, en ce sens qu'elle prend pour acquise la réalisation de la créativité. Ce document propose une redéfinition de la recherche représentative qui examine l'impact de la diversité locale. Il démontre principalement que la présence de la diversité locale constitue un meilleur indice de concentration locale de l'industrie culturelle et de la création, plutôt que l'ensemble des résultats économiques. L'analyse examine les niveaux de diversité locale de 140 villes et régions canadiennes en relation avec leurs structures industrielles et les résultats économiques. La diversité locale possède un impact plus important sur certains genres d'activités économiques plutôt que sur l'économie en général et constitue donc la principale contribution théorique de ces résultats.

3G Cartographie des industries créatives en Afrique du Sud : résultats régionaux, expériences et attentes

Avril Joffe, Directeur, CAJ-Culture, Arts et emplois

Monica Newton, Conférencière, Université de Witwatersrand

Les projets de cartographie de l'industrie créative constituent une méthodologie bien connue qui établit une référence économique et un suivi des tendances de l'économie créative. En 2007, l'Afrique du Sud entamait sa première étude cartographique, fondée sur deux de ses neuf provinces. Avec l'aide du British Council, ces projets ont utilisé les meilleures pratiques du Royaume-Uni et de la Colombie afin de concevoir et d'implanter des méthodologies de cartographie horizontale. Entreprise à la suite d'un partenariat entre le gouvernement local, provincial et national, chaque étude possédait une trajectoire de développement unique qui influence son processus et sa portée.

* Tous les présentateurs d'ateliers partageront les résultats et les conclusions découlant de leurs rapports de recherche.

Ce texte explore les expériences de cartographie dans les provinces de Gauteng et du Cap Occidental, mettant en évidence les principales questions méthodologiques et les défis auxquels la recherche a été confrontée en cours de route. Les principaux résultats seront traités dans le contexte d'études cartographiques internationales. Une future approche méthodologique sera également discutée.

Enfin, ce document étudie les attentes des partenaires gouvernementaux de recherche et démontre leur influence sur l'élaboration de la méthodologie, le positionnement des industries créatives et les résultats de recherche. Ces trois éléments représentent un impact important sur l'avenir des études cartographiques du pays, dont des implications à long terme pour inclure le secteur dans des stratégies industrielles plus générales.

* Tous les présentateurs d'ateliers partageront les résultats et les conclusions découlant de leurs rapports de recherche.

13 H 30 – 15 H

Mardi 18 mars 2008**4A Comprendre la consommation de la culture au Canada**

Jacques Ewoudou, Économiste de recherche, Culture, Tourisme et Centre des Statistiques de l'Éducation, Statistique Canada

Les profils des personnes participant à différentes activités culturelles peuvent fournir des informations très utiles à diverses parties prenantes. Ils peuvent permettre aux organismes livrant et commissionnant des projets ou programmes culturels, de mieux comprendre les individus qui sont le plus susceptibles d'assister à leurs événements; les groupes qui y sont sous-représentés et d'identifier probablement de potentielles sources de croissance du marché des biens et services culturels.

Dans cet article, nous utilisons un modèle de régression stéréotype et des données issues du supplément culturel à l'enquête sociale générale de 2005 menée par Statistique Canada, pour examiner les attributs socioéconomiques et démographiques des consommateurs de commodités culturelles au Canada. Nous différons des études quantitatives canadiennes passées de deux principales manières. Premièrement, notre analyse couvre une plus vaste panoplie d'activités culturelle, ce qui nous permet de tenir compte des activités majoritairement appréciées par les canadiens de tous les groupes d'âge et de revenu. Deuxièmement, au lieu de nous focaliser essentiellement sur le fait qu'une personne a participé à une activité culturelle ou ne l'a pas fait (comme c'est le cas dans les études précédentes), nous avons basé notre analyse sur le nombre de fois qu'un répondant a participé à l'activité culturelle concernée. En utilisant un tel indicateur participation, nous ne minimisons pas l'importance de tout groupe démographique à une activité culturelle donnée si ce groupe participe un nombre de fois exceptionnellement élevé, nous n'exagérons pas non plus l'effet d'un groupe démographique au cas où la fréquence absolue serait exceptionnellement basse.

Notre analyse multivariée, en conformité avec la recherche empirique passée, montre que le revenu de ménage, l'activité économique et le niveau d'instruction sont tous associés à une plus grande participation aux activités culturelles. En outre, nos résultats indiquent que les différences observées dans la consommation des biens et services culturels seraient liées aux acquis familiaux (comme le niveau l'éducation du père, ainsi que celui de la mère) et au degré d'instruction du conjoint ou de la conjointe. Cependant, l'impact de ce dernier excède ceux des précédents, pour presque toutes les activités culturelles.

* Tous les présentateurs d'ateliers partageront les résultats et les conclusions découlant de leurs rapports de recherche.

4B La consommation culturelle et la révolution des communications à large bande : le Canada et l'Australie

Fred Fletcher, Professeur émérite, Département de communication, Université York

Charles Zamaria, Professeur, Arts de la radio et de la télévision, University Ryerson et Directeur du Projet Internet Canada

Julian Thomas, Professeur et directeur, Institut de recherche sociale, Swinburne University of Technology, Melbourne

Scott Ewing, Chercheur supérieur attaché à l'université, Institute for Social Research, Swinburne University of Technology, Melbourne et ARC Centre for Creative Industries and Innovation

Selon Jeffrey Cole, directeur du USC Annenberg Centre for the Digital Future, l'expansion de la haute vitesse à large bande est un facteur important de la révolution de la consommation culturelle (en termes de produits, notamment le cinéma, la télévision/vidéo, les revues, la musique, l'art et les expositions dans les musées). D'un point de vue technologique, cette révolution est dirigée non seulement par les nouveaux services rendus possibles par une largeur de bande plus importante, mais également par la connexion large bande permanente de la connectivité haute vitesse. La révolution Internet implique un changement de perception des consommateurs : de l'instrument de communication et d'information vers un moyen de divertissement, de culture et d'extériorisation.

Ce document fait également appel à des enquêtes nationales complètes sur l'utilisation d'Internet au Canada et en Australie. La culture des pays est semblable, mais à différents niveaux d'adoption de large bande, rendant les comparaisons particulièrement pertinentes. Au Canada, nous pouvons comparer les réponses aux enquêtes du Projet Internet Canada de 2004 et 2007.

L'analyse porte essentiellement sur les variables suivantes :

- Consommation d'activités culturelles, notamment le téléchargement de vidéos et de musique
- Virage des médias traditionnels vers les nouveaux médias comme source de divertissement
- Consentement à payer / s'abonner aux services Internet
- Incidence et fréquence de la production de contenu en ligne
- Participation à des réseaux sociaux en ligne

Nous comparerons le comportement des utilisateurs Internet et des non-utilisateurs, ceux qui ont accès ou non aux larges bandes à domicile, l'expérience et la fréquence d'utilisation de l'Internet, l'âge et le niveau de vie, ainsi que d'autres différences démographiques, contribuant à établir un profil de différents types de consommateurs culturels.

* Tous les présentateurs d'ateliers partageront les résultats et les conclusions découlant de leurs rapports de recherche.

4C Comment la publicité et le poste-à-poste transforment les médias numériques et les droits d'auteur

Michael A. Einhorn, Conseiller pédagogique pour Copyright Alliance, Expert en économie, médias, technologies et droits d'auteur

« Les propriétaires de contenu ont déployé plusieurs des mêmes technologies poste-à-poste qui étaient utilisées pour le partage de fichiers. Ainsi, ils ont adopté de nouveaux modèles d'opération donnant lieu à l'utilisation de publicités pour financer les investissements dans un contenu légitime. Ce document passe en revue les récentes applications en matière de publicité, de réseautage social, de technologies de recommandation, de jeux grand public, de poste-à-poste et d'attaques de données.

Alors que le système s'établit, le marché du contenu numérique légitime comprend des réseaux d'utilisateurs élargis et un plus grand nombre d'interactions chez les acheteurs, les producteurs de contenu, les fabricants d'équipement et les annonceurs. Les nouveaux engagements produiront des cycles vertueux d'acheteurs, d'achat d'équipement et d'investissements des producteurs. L'expansion d'Internet dans la prochaine génération ressemblera de plus en plus à la naissance de la télévision, lorsque la publicité offrait les bases économiques de contenu gratuit et les utilisateurs et les producteurs investissaient en conséquence ».

Comme la publicité sera utile pour créer des réseaux, les utilisateurs pourront accéder aux produits sans payer de frais d'abonnés ou d'utilisateurs. Cependant, ceci ne doit pas représenter une demande d'élimination des droits de permis ou des droits d'auteurs électroniques. Les droits de permis seront nécessaires afin de compenser les droits de propriété pour l'utilisation de leur matériel dans un contenu général ou publicisé et l'on exigera des droits d'auteurs électroniques pour conserver la sécurité du système. Les droits d'auteurs électroniques permettent également aux propriétaires de contenu et aux distributeurs d'offrir divers types de modèles d'opération.

4D Crédit d'impôt pour la main-d'oeuvre, concurrence régionale, cinéma indépendant et production télévisuelle : répercussions pour les travailleurs culturels et le mouvement syndical

Amanda Coles, Ph.D., Département de Science politique, Université McMaster

Les crédits d'impôt pour la main-d'oeuvre représentent des instruments majeurs du développement et de la permanence des secteurs de la production télévisuelle et du cinéma indépendant, au pays et à l'étranger. En attirant la production cinématographique et télévisuelle et en conservant le marché du travail régional, on

* Tous les présentateurs d'ateliers partageront les résultats et les conclusions découlant de leurs rapports de recherche.

démontre la valeur de ce moyen par l'accroissement de l'application de telles politiques culturelles dans un contexte mondial. À l'aide d'une analyse des programmes de crédit d'impôt de la main-d'œuvre fédérale et provinciale au cours de la dernière décennie, ma recherche portera sur la façon dont le régime actuel de crédit d'impôt de la main-d'œuvre façonne la régionalisation et la concurrence dans le secteur de la production télévisuelle et du cinéma indépendant. Je soutiendrai que la régionalisation et la concurrence, telles qu'établies par les programmes nationaux et provinciaux de crédits d'impôt sur la main-d'œuvre, ont mitigé les effets sur l'emploi et les conditions de travail des travailleurs syndiqués de l'industrie. La structure actuelle encourage la production régionale au pays, génère un impact positif sur une bonne partie des économies localisées et encourage l'expression créative canadienne. Cependant, elle déstabilise les travailleurs liés à des marchés du travail précis et crée une mobilité de la population qui suit le flot d'emplois; elle brise la stabilité syndicale entre les syndicats des organisations nationales en positionnant les marchés du travail et les travailleurs en concurrence directe; elle augmente la pression des producteurs et d'autres syndicats vers les syndicats individuels dans un marché accordant des variations de conventions collectives et en démontrant qu'il existe une harmonie au travail et un environnement d'affaires concurrentiel; elle touche les travailleurs hautement qualifiés qui ont des salaires élevés et intensifie la confiance envers l'État pour un succès sectoriel.

4E Entre l'arbre et l'écorce : élaboration d'une politique fiscale du cinéma en Grande-Bretagne

Maggie Magor, chercheure au Centre for Cultural Policy Research, Université de Glasgow

Ce rapport se penchera sur les modifications apportées récemment à la structure fiscale s'appliquant à la production cinématographique au Royaume-Uni. En raison de la domination exercée par Hollywood à l'échelle mondiale, à l'instar de bien d'autres pays du monde, les gouvernements britanniques, à travers leur histoire, ont subventionné la production cinématographique locale. Au cours des dernières années, cet appui s'est manifesté sous forme d'incitatifs fiscaux que l'on considère maintenant comme étant essentiels pour corriger l'inefficacité du marché et encourager le tournage local. En outre, les incitatifs fiscaux attirent les investissements de la part des États-Unis, ce qui est important pour maintenir les compétences d'une industrie cinématographique. La continuité des compétences au Royaume-Uni est au coeur d'un élan du gouvernement anglais visant à rendre l'économie créative mieux adaptée à la concurrence internationale.

Depuis 2000, le système fiscal britannique avait fait l'objet de vérifications en raison des abus constants rapportés. Le nouveau Film Tax Credit (crédit d'impôt du cinéma) a enfin été adopté en 2006, en

* Tous les présentateurs d'ateliers partageront les résultats et les conclusions découlant de leurs rapports de recherche.

remplacement de la structure fiscale à double clause existant jusqu'alors. Toutefois, l'analyse et la mise en application du nouvel incitatif fiscal n'étaient pas sans détours. Ce rapport démontrera comment la politique a été poursuivie dans un domaine d'intérêts opposés. Plus particulièrement, la situation unique de la Grande-Bretagne dans le marché mondial du cinéma est démontrée, en raison de la langue et de la culture qu'elle partage avec les États-Unis, et de son perpétuel besoin de fournir un système susceptible d'encourager les grandes sociétés cinématographiques américaines à produire des films à gros budgets au Royaume-Uni. Toutefois, ce besoin est gêné par les exigences de la Commission européenne pour qui la production locale (européenne) et les objectifs culturels demeurent une priorité en matière de politique.

4F La production étrangère au Canada : Le pour et le contre du tournage de films étrangers au pays

Charles H. Davis, School of Radio and Television Arts et Ted Rogers School of Management, Université Ryerson

Janice Kaye, chercheure de postdoctorat, Rogers Communications Centre, Université Ryerson

Depuis les années 40, on utilise l'expression production extérieure pour désigner les productions cinématographiques et télévisuelles hollywoodiennes qui sont tournées dans une autre ville, un autre état ou un autre pays.

Quatre-vingt à quatre-vingt-dix pour cent des productions cinématographiques et télévisuelles extérieures américaines sont tournées au Canada, ce qui représente une valeur de 1,7 milliard de dollars. L'attention critique accordée aux retombées économiques non négligeables de la production extérieure dans le pays hôte est en train de glisser vers la grande question des effets structurels de l'impartition des services de production sur la capacité industrielle locale. La production extérieure est-elle une course de plus en plus onéreuse vers le fond avec des incitatifs fiscaux et une infrastructure spécialisée, vers une impasse dans la quête d'une industrie canadienne concurrentielle du film et de la télévision, comme le prétendent certains observateurs? Ou contribue-t-elle au développement d'une industrie médiatique durable axée sur le cinéma canadien? Dans le dernier cas, quels sont les mécanismes de retombée et les parcours d'apprentissage?

En anglais, nous avons choisi le titre du plus célèbre western spaghetti 'The Good, the Bad and the Ugly' (Le bon, la bête et le truand), succès hollywoodien lui-même tourné dans d'autres pays, pour caractériser les multiples effets ambigus et contradictoires de la production extérieure pour le Canada. Dans ce rapport, nous examinerons les effets – bons et moins bons – que les réalisateurs, décideurs et chercheurs attribuent à la production extérieure dans ce

* Tous les présentateurs d'ateliers partageront les résultats et les conclusions découlant de leurs rapports de recherche.

pays, et nous évaluerons les avantages et les désavantages de l'impartition des services de production cinématographique et télévisuelle en tant que catalyseur des capacités médiatiques intérieures axées sur le grand écran.

* Tous les présentateurs d'ateliers partageront les résultats et les conclusions découlant de leurs rapports de recherche.