

CAPITAL(E) CULTURE

# Profil culturel des pays du Sud membres de la Francophonie

Un aperçu de trois pays de la Caraïbe

La Dominique, Haïti, Sainte-Lucie

Les opinions présentes dans ce profil n'engagent que leurs auteurs.

Retrouvez la version complète du *Profil culturel des pays du Sud membres de la Francophonie – un aperçu de trois pays membres de la Caraïbe francophone* avec le répertoire détaillé des structures et entreprises culturelles sur le site Internet de l'Organisation Internationale de la Francophonie ([www.francophonie.org](http://www.francophonie.org)).

Établi pour le compte de l'Organisation Internationale de la Francophonie

**Coordination à l'Organisation Internationale de la Francophonie :**

Frédéric Bouilleux, Directeur de la langue française  
et de la diversité culturelle et linguistique  
Rémi Sagna, Chef de la Division de la diversité culturelle  
Toussaint Tiendrébéogo, Responsable de projet

**Coordination à Culture et développement :**

Francisco d'Almeida, Délégué Général  
Marie-lise Alleman, chargée d'études, économiste

Réalisation des enquêtes

**À la Dominique et à Sainte-Lucie :**

Armelle Chatelier, Consultante culturelle,  
anciennement Responsable du réseau culturel  
de l'Organisation des États des Caraïbes de l'Est,  
Marie-lise Alleman, Culture et développement

**À Haïti :**

Pascal Servera, Responsable d'action culturelle,  
ancien Chargé de programmation culturelle à l'Institut Français d'Haïti

Graphisme : J. Parreau

# SOMMAIRE

Avant-propos.....	3
Introduction.....	4
▶ 1 - Une vitalité créatrice dans les pays de la Caraïbe	
▶ 2 - Des niveaux de développement hétérogènes	
▶ 3 - La place spécifique du secteur des festivals	
▶ 4 - Des politiques à construire	
▶ 5 - Conclusion	
Méthodologie de l'enquête .....	8
<b>LA DOMINIQUE</b> .....	<b>10</b>
▶ Développement humain .....	11
▶ Environnement institutionnel de la culture .....	13
▶ Économie des industries culturelles .....	15
<b>HAÏTI</b> .....	<b>18</b>
▶ Développement humain .....	19
▶ Environnement institutionnel de la culture .....	21
▶ Économie des industries culturelles .....	23
<b>SAINTE-LUCIE</b> .....	<b>26</b>
▶ Développement humain .....	27
▶ Environnement institutionnel de la culture .....	29
▶ Économie des industries culturelles .....	32
Annexes.....	35
Glossaire.....	41
Bibliographie .....	46

# AVANT PROPOS

L'Organisation internationale de la Francophonie (OIF) s'est fixée comme objectif d'accompagner les États du Sud membres de la Francophonie dans la mise en place d'un système d'information sur le secteur culturel afin de mieux en connaître les réalités économiques, institutionnelles et structurelles.

La définition et la mise en œuvre de politiques publiques aptes à optimiser le développement des industries culturelles impliquent en effet que les autorités nationales et les organisations professionnelles des filières de la culture disposent d'une évaluation claire et documentée – analyses et données statistiques – du secteur de l'économie culturelle : niveau d'activité, compétitivité, volume des échanges, freins à la performance, etc.

Or, il apparaît que de nombreux pays dans le Sud de l'espace francophone ne disposent que de peu d'informations sur ces sujets. En 2004, l'étude intitulée « Les industries culturelles des pays du sud : enjeux de l'adoption de la Convention internationale sur la diversité culturelle » avait mis en lumière cette carence et pointé l'urgence de mettre en place un programme de travail pour une meilleure connaissance de l'économie culturelle dans ces pays.

À cet effet, l'OIF a lancé un programme d'identification du champ des entreprises et industries culturelles dans le Sud de l'espace francophone qui couvre quatre (4) zones géographiques : Afrique de l'Ouest, Asie du Sud-Est et Pacifique, Caraïbe, Afrique Centrale.

Cette deuxième publication, consacrée à trois (3) pays de la Caraïbe, est le résultat d'un travail d'étape. Ce travail devrait être repris par les gouvernements des pays concernés pour compléter et approfondir ce premier niveau d'information en l'élargissant progressivement à l'ensemble des filières culturelles et aux différents aspects de l'économie culturelle nationale. Ce faisant, il permettra d'amorcer une dynamique de travail à conduire par les gouvernements concernés pour aboutir à la création éventuelle d'observatoires de l'économie de la culture dans ces pays.

Frédéric BOUILLEUX  
Directeur de la Langue française et de la Diversité culturelle et linguistique

# INTRODUCTION

## CULTURE ET ÉCONOMIE DANS LA CARAÏBE FRANCOPHONE : APERÇU D'UN SECTEUR EN DEVENIR.

*Par Francisco Ayi d'Almeida  
et Marie-lise Alleman*

En cette période caractérisée par la mondialisation, la multiplicité des contacts entre les cultures, la hausse du commerce des biens et services culturels et les risques d'homogénéisation culturelle, la préservation et la promotion de l'identité culturelle d'un pays constituent un enjeu crucial.

De ce fait, la capacité des pays en développement à assumer une production locale ayant une présence quantitative et qualitative significative sur leurs propres marchés et les marchés internationaux est une condition impérative pour la vitalité des expressions culturelles et la promotion de leur diversité. Or, cela dépend de l'environnement dans lequel opèrent les créateurs et les entreprises culturelles locales. Cela dépend également des effets des marchés mondiaux de produits culturels et des politiques publiques mises en œuvre pour favoriser leur développement : lois et mesures d'encadrement, dispositifs de formation, d'information et de soutien technique, matériel et financier. Bref, la vitalité du secteur culturel est conditionnée, certes par la créativité des artistes, mais aussi par la qualité de l'environnement dans lequel opèrent les différents métiers et entreprises connexes qui les entourent.

Dans le contexte actuel marqué par le déséquilibre du commerce international des biens et services culturels, la diversité culturelle pourrait être menacée dans les pays où les États ne mettent pas en œuvre des stratégies adéquates pour dynamiser les industries culturelles et pour soutenir une création culturelle vivante et en évolution permanente. Or, pour élaborer ces politiques publiques, il est indispensable de disposer des données – analyses et statistiques – permettant de connaître la structure du secteur, ses opérateurs, le niveau d'activité, l'impact en termes d'emplois et de revenus, ainsi que la capacité à satisfaire la demande culturelle dans la diversité de ses formes.

Pour soutenir les efforts des pays du Sud membres de la Francophonie, l'OIF a initié un programme d'identification des industries culturelles et de leur environnement. Commencé en 2007-2009 par l'Afrique de l'Ouest (Burkina Faso, Côte d'Ivoire, Sénégal), ce programme se poursuit par

étapes, en couvrant les différentes zones géographiques concernées : la Caraïbe francophone (La Dominique, Haïti, Sainte-Lucie), la zone Asie du Sud-Est et Pacifique (Cambodge, Laos, Vanuatu et Vietnam) et l'Afrique centrale (Cameroun, Congo Brazzaville, Gabon). L'objectif visé est de mener avec les institutions nationales de ces pays un travail d'identification du champ des industries culturelles. Le résultat est mis à la disposition des décideurs en charge des industries culturelles sous la forme d'un profil culturel, outil d'information sur les potentialités, les atouts et les handicaps qui freinent les capacités nationales de production de biens et de services culturels.

Pour réaliser ce type d'outil, le profil culturel constitue une méthode de travail très utile. Elle consiste à identifier les activités économiques pertinentes, les organisations, l'emploi et les relations existant entre les entreprises sur un espace donné. Elle nécessite un travail de terrain et la collaboration active des acteurs concernés. Elle suppose une habitude de concertation entre pouvoirs publics et organisations professionnelles et une culture d'observation et d'analyse de l'économie de la culture.

Cartographier le secteur culturel, et surtout, collecter des données fiables dans les pays de la Caraïbe est une mission délicate car l'information est difficilement accessible. En fait, la prédominance de l'informel, la culture du secret commercial, la peur des institutions fiscales expliquent en partie cette situation qui perdurera aussi longtemps que le cercle non vertueux que dépeignent nos interlocuteurs se maintiendra.

Malgré ces difficultés, les travaux réalisés pour cette publication ont apporté de nombreux enseignements sur le fonctionnement des secteurs culturels dans les îles caribéennes.

### 1 - Une vitalité créatrice dans les pays de la Caraïbe

La vitalité créatrice dans les pays de la Caraïbe est évidente ; malgré les conditions précaires et les difficultés de toutes sortes, les activités et les pratiques culturelles tiennent une place très importante dans la vie des populations. La musique et la danse, au carrefour des civilisations qui ont marqué l'histoire de ces îles, rythment la société tout entière.

Ces mélanges créatifs associés à une diversité linguistique importante offrent aux pays de la Caraïbe (notamment les pays étudiés dans cet ouvrage) la capacité de séduire un public très large, dépassant les frontières régionales.

La Dominique, Sainte-Lucie et Haïti possèdent en effet l'avantage de pouvoir se positionner à la fois sur les marchés francophones et anglophones où la diaspora caribéenne est relativement importante et où le goût pour la culture des Caraïbes est en pleine expansion. Ces marchés extérieurs constituent une opportunité considérable pour l'offre culturelle de ces pays qui doivent faire face localement à un marché interne très étroit.

## 2 - Des niveaux de développement hétérogènes

La région présente en effet des situations contrastées en matière de production culturelle et de taille de marché. Si certains pays comme la Jamaïque ont un marché relativement développé, les industries culturelles restent à un état embryonnaire dans la plupart des îles caribéennes.

Malgré l'accès difficile aux données économiques des structures culturelles de ces îles, les enquêtes montrent en effet une faible contribution des filières culturelles à l'économie locale de la Dominique, de Sainte-Lucie et de Haïti, en termes d'emploi mais aussi en termes de revenu.

Emplois recensés dans les structures interrogées							
Pays	Écrit	Audiovisuel	Musique	Environnement institutionnel <sup>1</sup>	Marchés et festivals	Total <sup>2</sup>	Aperçu de la population active <sup>3</sup>
Dominique <sup>4</sup>	56	128	65	7	NC	256	30 000 (2001)
Sainte Lucie <sup>5</sup>	188	229	Entre 53 et 71	15	40	Entre 510 et 528	79 000 (2004)
Haïti <sup>6</sup>	Entre 922 et 942	Entre 1 098 et 1 176	237	NC	NC	Entre 2 136 et 2 234	3,7 millions (2005)

Revenu (chiffre d'affaires, budget le cas échéant) des structures interrogées					
Pays	Écrit (USD)	Audiovisuel (USD)	Musique (USD)	Marchés et festivals (USD)	PIB 2007 (USD)
Dominique <sup>7</sup>	360 000	1,7 million	480 000	260 000	300 millions
Sainte-Lucie <sup>8</sup>	540 000	2,2 millions	850 000	1,7 million	1 milliard
Haïti <sup>9</sup>	14,5 millions	6,6 millions	450 000	1,3 million	6,7 milliards

Pourtant, leurs biens culturels présentent des avantages comparatifs, grâce, entre autres, à l'engouement mondial pour la culture caribéenne. Mais les pays de la région sont loin de profiter des retombées économiques induites par la consommation internationale de leurs produits. Devant faire

face à des contraintes physiques, de véritables marchés capables d'approvisionner la demande mondiale et même la demande locale peinent à se développer. Les pays étudiés sont en effet de petites économies isolées offrant peu de débouchés aux producteurs et présentant un paysage

1 - Institutions, organismes de formation, organisations professionnelles | 2 - Certaines entreprises exercent dans plusieurs filières à la fois | 3 - Source : Organisation Internationale du Travail | 4 - Estimation réalisée sur la base des informations communiquées par 64 % des structures interrogées | 5 - Estimation réalisée sur la base des informations communiquées par 60 % des structures interrogées | 6 - Estimation réalisée sur la base des informations communiquées par 43 % des structures interrogées | 7 - Estimation réalisée sur la base des informations communiquées par 60 % des structures interrogées | 8 - Estimation réalisée sur la base des informations communiquées par 24 % des structures interrogées | 9 - Estimation réalisée sur la base des informations communiquées par 17 % des structures interrogées.

accidenté compliquant la circulation des produits culturels et renchérissant leur coût.

Ces économies doivent, qui plus est, adapter leur offre culturelle aux nouvelles technologies dans la mesure où celles-ci constituent pour les produits locaux un moyen d'accéder plus facilement à de vastes marchés.

### 3 - La place spécifique du secteur des festivals

La spécificité du secteur de la culture dans les îles de la Caraïbe tient aussi à l'importance significative de l'économie des festivités.

Intimement liés au secteur de la musique, les festivals et les carnivals prennent une place particulière dans l'économie de la culture des pays de la Caraïbe. Vecteurs de cohésion sociale et de construction d'identité, ces manifestations génèrent des revenus directs et indirects très importants. Ils participent en effet au développement du tourisme culturel et apportent ainsi une plus-value intéressante par rapport à l'offre touristique mondiale.

Les festivals et les carnivals représentent le pilier central du développement des arts et des industries culturelles des pays étudiés. Ils créent de nouveaux clients, de nouveaux marchés et des opportunités pour développer le commerce international des produits culturels locaux. Ces manifestations procurent en outre des recettes extérieures importantes grâce aux dépenses des touristes en restauration, logement et transports.

Le festival de Jazz de Sainte-Lucie offre, à ce titre, un exemple probant. Deuxième festival le plus important de la sous-région, il a attiré près de 14 000 touristes en 2006 et ceux-ci ont dépensé localement près de 22 millions de USD<sup>10</sup>.

Les festivals et les carnivals font donc désormais partie intégrante de la stratégie de développement touristique des pays de la Caraïbe. En ce sens, ils contribuent indirectement au développement des infrastructures locales et des politiques de préservation du patrimoine, critères primordiaux dans le choix des destinations touristiques.

### 4 - Des politiques à construire

L'absence d'un environnement institutionnel et juridique est aussi un obstacle majeur au développement des entreprises culturelles dans les trois pays observés. Les potentialités culturelles et économiques du secteur se heurtent à un

régime fiscal et douanier contreproductif, ainsi qu'à l'insuffisance de dispositifs de soutien et d'accompagnement technique. Les entreprises souffrent en effet de la taxation élevée du matériel, du non-respect des droits d'auteur ainsi que de l'accès difficile à la formation professionnelle.

Conscients de ces défis et de l'importance des pratiques culturelles dans chacun des pays, les pouvoirs publics développent des initiatives de soutien au secteur créatif à un niveau local mais aussi régional. L'Organisation des États de la Caraïbe Orientale – OECS (dont font partie la Dominique et Sainte-Lucie) a notamment élaboré un plan de développement des secteurs audiovisuel et de la musique dans la région. « Re-imagining, Re-fashioning, Re-building : Actions for the Creative Ecosystems 2010 – 2012 » propose ainsi un nouveau cadre d'intervention politique pour le soutien à ces filières et insiste sur le développement du capital humain et des infrastructures sectorielles, le soutien aux filières créatives, le commerce extérieur et la coopération entre les différents acteurs des industries culturelles.

Cependant, le fonctionnement et l'économie de la culture sont encore très peu documentés et il semble nécessaire d'étudier au préalable la contribution de ce secteur au développement de ces pays. Ici encore, l'OECS, accompagnée par l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle, a lancé (pour le premier trimestre 2010) une grande étude sur la mesure de la contribution économique des industries créatives dans la région. À noter également l'étude considérable « The Cultural Industries in Caricom : Trade and Development Challenges, 2006 » menée par l'organisme *Mécanisme régional de négociation des Caraïbes (CRNM)* qui apporte un éclairage très instructif sur le niveau de développement des industries culturelles de la région.

Dans ce contexte, premier pas vers l'observation de l'économie de la culture, l'initiative de l'OIF contribue à identifier les mécanismes et les acteurs de la création culturelle en Dominique, à Sainte-Lucie et à Haïti. Les enquêtes réalisées dans le cadre de cette initiative offrent en effet une meilleure connaissance des 3 filières étudiées – édition, musique et audiovisuel – et fournissent ainsi des éléments utiles à la définition de politiques de soutien au secteur culturel.

<sup>10</sup> - *St Lucia Jazz festival, histoire de la création d'un produit culturel*, Armelle Chatelier, avril 2007

## Conclusion

La possibilité pour chaque peuple d'exprimer sa vision du monde à travers ses savoirs, ses récits, ses musiques, ses images et ses savoir-faire, mais aussi d'avoir accès aux créations des autres peuples, proches ou lointains, est un bien public essentiel à développer. À la Dominique, à Sainte-Lucie et à Haïti, la vitalité des filières de la musique et des spectacles atteste de l'existence de capacités locales et de marchés dynamiques, créateurs d'emplois et de revenus. Pourtant, les productions nationales peinent à avoir une présence significative sur leurs propres marchés et sur les marchés internationaux. Beaucoup d'obstacles freinent leur développement : l'importance des investissements financiers que requièrent les industries culturelles, l'absence de statut de l'artiste, la faible protection de la propriété intellectuelle, le développement de la piraterie, des coûts de production et de commercialisation handicapants, l'accès difficile au crédit et au financement privé, la taille de marché insuffisante et des réseaux de distribution embryonnaires voire défailants.

Pour s'épanouir et être économiquement viables, les immenses potentialités de création de ces pays ont besoin d'un environnement favorable dans lequel création, production, diffusion, formation, économie et droit de la culture forment un ensemble cohérent. Il appartient donc aux États de créer cet environnement pour lever les obstacles à l'essor de leurs entreprises culturelles afin que celles-ci puissent contribuer au développement économique et social de leur pays. Dès lors, le défi est de définir les stratégies adéquates ainsi que les méthodes et les instruments qui en permettront la mise en œuvre. Dans tous les cas, les échelons national, local et régional sont à prendre en considération dans le cadre des politiques nationales et de coopération bilatérale et multilatérale.

Important et complexe, ce chantier requiert la mise à niveau des entreprises culturelles. Il nécessite aussi l'aménagement d'un espace dont elles ont besoin pour être compétitives. C'est pourquoi, il nous paraît important d'insister sur l'échelon régional qui constitue la clé du développement de l'économie de la culture dans ces pays de petite taille où les lourds investissements sont plus difficiles à amortir. L'intégration régionale est un enjeu majeur ; grâce aux

économies d'échelle qu'elle induit, la baisse des coûts améliore la compétitivité des entreprises culturelles locales.

Par ailleurs, pour donner aux pouvoirs publics des interlocuteurs de terrain, expérimentés et compétents, il est essentiel de soutenir le regroupement des professionnels de la culture au sein d'organisations représentatives et d'accompagner techniquement celles-ci afin qu'elles deviennent de véritables forces de proposition. En s'appuyant sur ces organisations professionnelles, structurées sur une base régionale et non pas seulement nationale, la coopération permettra aux acteurs culturels d'acquérir une plus grande capacité de négociation avec tous leurs interlocuteurs.

Le renforcement des industries culturelles des pays de la Caraïbe constitue un enjeu essentiel pour leur identité, pour leur développement et pour la diversité culturelle dans le monde. Il est donc urgent de réunir les conditions de l'épanouissement culturel et du développement humain dans ces pays. Pour y parvenir, il convient de disposer non seulement des stratégies, des ressources humaines, financières et techniques nécessaires mais aussi des outils d'information et d'analyses nécessaires à l'élaboration de ces stratégies. En cela, il est indispensable que ces États puissent s'approprier le processus amorcé par l'OIF pour se doter d'un observatoire de l'économie de la culture. Cela requiert au préalable la mise en place de mécanismes et des programmes d'étude et d'analyse qui permettront une estimation précise de l'impact économique et social de la culture.

# MÉTHODOLOGIE DE L'ENQUÊTE

## AVERTISSEMENT

Le présent ouvrage couvre 3 pays de la Caraïbe francophone : la Dominique, Haïti et Sainte-Lucie.

L'enquête a été réalisée par des experts locaux et par Culture et développement entre 2007 et 2008. Leur rôle a consisté à identifier les entreprises agissant dans les secteurs couverts par le projet et à collecter des renseignements qualitatifs et quantitatifs sur leurs activités. Ce travail d'investigation a été effectué avant le terrible tremblement de terre qu'a connu Haïti début 2010 et qui a eu de graves conséquences environnementales, sanitaires, économiques et sécuritaires. Ce profil ne peut donc prétendre être le reflet exact de la réalité haïtienne actuelle, de nombreuses structures ayant disparu lors de cette catastrophe. Il faut espérer que, dans sa stratégie de reconstruction, le pays parvienne à regagner et à maintenir la dynamique observée dans le domaine des industries culturelles lors de cette étude.

Concernant les 3 pays couverts par ce profil, plus de 250 structures ont été identifiées puis rencontrées afin de leur soumettre un questionnaire sur leurs activités.

Les informations collectées ont ensuite été traitées et analysées afin de faire ressortir les caractéristiques saillantes des secteurs liés aux industries culturelles de chaque pays.

D'autres informations relatives à l'économie, au développement humain, ainsi qu'à la politique culturelle des États ont également été collectées pour compléter le profil de chaque pays.

Comme il a été dit précédemment, cet ouvrage offre un aperçu de la situation des industries culturelles dans ces pays à un instant donné et ne saurait garantir l'actualité des données présentées. En effet, au-delà de la situation particulière d'Haïti, les investigations menées dans l'ensemble de la région révèlent le caractère très mouvant et irrégulier de ce secteur. La plupart des entités recensées sont relativement jeunes et les entretiens avec les professionnels des différentes filières montrent le caractère éphémère des entreprises qui évoluent dans le domaine des industries culturelles ; leur durée de vie est courte et leurs coordonnées changent fréquemment (notamment les coordonnées électroniques).

## SECTEURS COUVERTS PAR L'ENQUÊTE

L'enquête est basée sur la conception des industries de la culture considérées comme étant caractérisées principalement par la reproductibilité de l'œuvre originale produite, traitée et transmise au moyen de technologies.

Elles se composent de filières – son, image, écrits et imprimés – structurées en fonction et en métiers distincts dont l'articulation et la succession permettent de produire, traiter et mettre le produit culturel à la disposition du public.

Plus précisément, les entreprises suivantes ont été étudiées :

Dans le domaine de l'édition :

- *Les maisons d'édition* : elles sont l'entité principale faisant l'intermédiaire entre l'auteur et le lecteur ; elles ont la responsabilité du choix de l'offre éditoriale, de la publication mais aussi du coût induit par la reproduction des exemplaires faite de manière industrielle. Les maisons d'édition élaborent également les stratégies relatives à la promotion et à la diffusion des livres de leur catalogue.
- *Les maisons de distribution* : elles sont l'entité intermédiaire entre les maisons d'édition et les points de vente au détail ; elles assurent l'acheminement des ouvrages jusqu'aux détaillants.
- *Les librairies* : elles sont le point de vente de livres le plus courant ; elles peuvent être généralistes ou spécialisées.
- *Les agences de presse* ;
- *Les supports périodiques écrits d'informations* : journaux, magazines...
- *Les bibliothèques* : elles constituent le pilier essentiel de la politique de promotion du livre et de la lecture. Elles se définissent comme la collection de documents ainsi que le local qui la contient destinés à tous les citoyens sans exception. Elles assurent la conservation de la production éditoriale et facilitent l'accès aux livres de tout lecteur afin de répondre à ses besoins en informations et en formation. Il existe une distinction entre bibliothèque publique et bibliothèque scolaire, cette dernière étant un service proposé par les écoles, collèges et lycées à l'usage exclusif des élèves et des enseignants. L'enquête présente essentiellement

les bibliothèques publiques dont la vocation plus large est de s'adresser à tous les types possibles de lecteurs. Il faut cependant noter que de nombreuses bibliothèques dans les pays étudiés sont dans un état critique. La présente étude s'efforce de présenter les bibliothèques ayant une activité certaine.

Dans le domaine de l'audiovisuel (cinéma, télévision et radio)

- *Les studios de montage* : ils sont l'ensemble des structures techniques (sous forme de prestation) permettant d'assembler plusieurs plans qui formeront les séquences d'un film.
- *Les sociétés de production* : elles jouent un rôle clé dans la filière car elles représentent la personne physique ou morale qui prend l'initiative et la responsabilité de la réalisation de l'œuvre. Le producteur est responsable du montage financier du film ou de la production audiovisuelle et participe également à la conception du projet, à sa réalisation, à la postproduction ainsi qu'à la diffusion du produit.
- *La maison de distribution* : elle est l'entité intermédiaire entre le producteur et l'exploitant ou le diffuseur. Elle assure la mise sur le marché et la promotion du produit. Plus précisément, elle en vend ou loue des exemplaires (notamment les droits de radiodiffusion) aux exploitants.
- *Les stations de radios* ;
- *Les stations de télévision*.

Dans le domaine de la musique

- *Les studios d'enregistrement* : ils sont l'ensemble des structures techniques offertes (sous forme de prestation) à un artiste pour l'enregistrement de son œuvre.
- *Les sociétés de production* : elles représentent la personne physique ou morale responsable de l'enregistrement de l'artiste et de l'accessibilité de son œuvre sur le marché. Sous un angle plus technique, la production est le processus qui transforme l'œuvre de l'artiste en bande maîtresse destinée à être reproduite en de nombreux exemplaires via des supports physiques tels que la cassette ou le CD. Le producteur supporte ainsi les coûts de lancement d'une œuvre (cachets, enregistrement, frais de reproduction...) mais aussi d'exploitation de l'œuvre (droits d'auteur...). Dans la zone étudiée, la production est davantage le fait de personnes indépendantes difficilement recensables que d'entreprises organisées. C'est pourquoi le présent réper-

toire ne reflète pas de manière exhaustive la vitalité productive de ces pays.

- *Les unités de duplication* : leur rôle est de fabriquer plusieurs exemplaires du produit fini (albums...) à partir de la bande maîtresse.
- *Les maisons de distribution* : elles sont l'entité intermédiaire entre les maisons de production et les points de vente au détail ; elles assurent l'acheminement des produits finis du point de fabrication jusqu'aux différents détaillants.
- *Les vendeurs au détail*.

## QUALITÉ DES RÉSULTATS

Les enquêtes réalisées à la Dominique, à Sainte-Lucie et à Haïti révèlent un certain niveau d'activité de ces pays dans le secteur des industries culturelles.

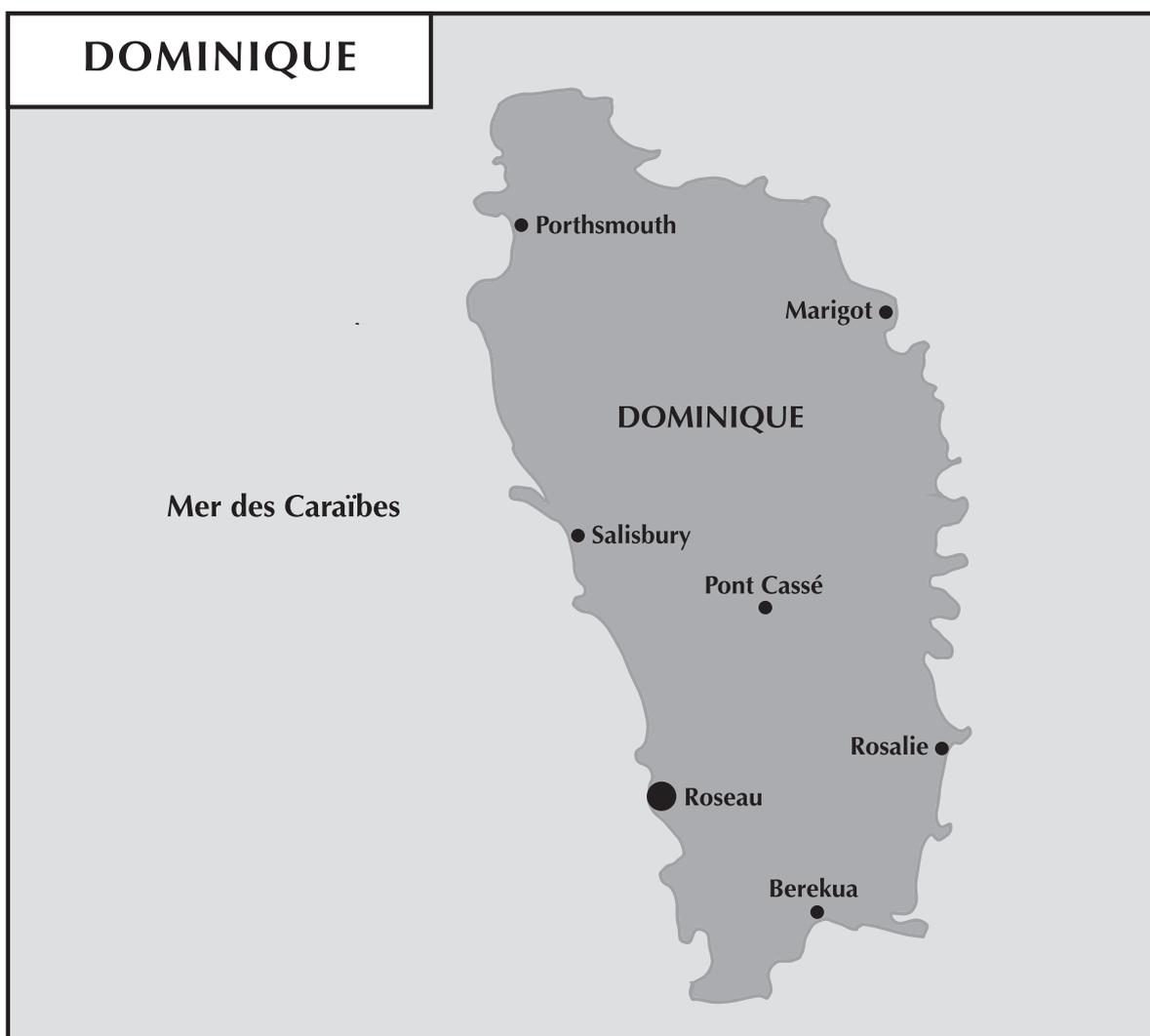
Ces résultats sont cependant à prendre avec précaution, notamment en raison du taux de réponse des structures interrogées - ce taux atteint en moyenne 55 % pour les données relatives à l'emploi et seulement 33 % pour les données relatives au chiffre d'affaires -.

De manière générale, les structures interrogées sont réticentes à communiquer les chiffres les concernant (nombre d'employés, chiffre d'affaires).

La prédominance de l'informel et la faible structuration des unités culturelles ou de communication rencontrées limitent également la fiabilité des données. En effet, de nombreuses structures étudiées demeurent dans des systèmes de gestion informelle en décalage avec les réglementations ou législations en vigueur ; une partie du personnel n'est pas déclarée et les chiffres d'affaires ne sont pas communiqués. Les différentes données collectées proviennent des déclarations de structures étudiées et généralement non accompagnées de documentations officielles. Elles sont donc à prendre avec prudence.

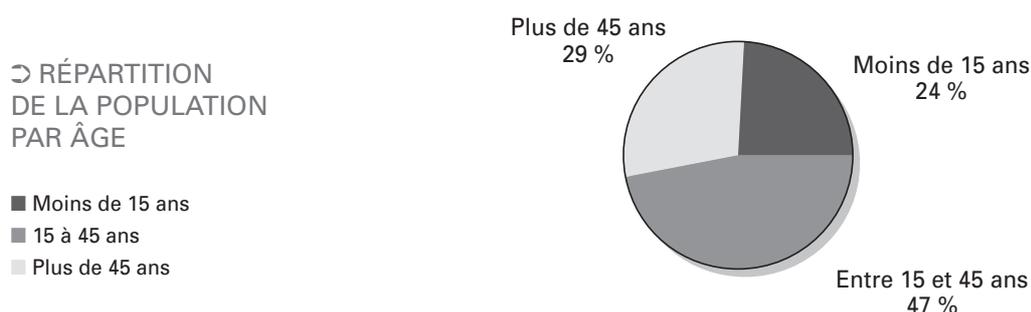
# LA DOMINIQUE

---



# DÉVELOPPEMENT HUMAIN

La Dominique comptait environ 72 000 habitants<sup>11</sup> en 2008 dont 73,6 % vivant en zone urbaine. La population dominicaine est en majorité très jeune : 71 % des habitants ont moins de 45 ans<sup>12</sup>.



La Dominique compte 3 langues vivantes dont le français. La langue la plus couramment parlée est le créole (60 % de la population)<sup>13</sup>. La diversité linguistique reflète la complexité du passé colonial du pays. L'anglais est la langue officielle depuis 1763 mais il existe une variété de langues allant de l'anglais standardisé de Roseau aux différents créoles parlés dans les zones rurales. Un créole à base d'anglais appelé Kokoy est parlé à Wesley et à Marigot, deux villages situés sur la côte atlantique.

La Dominique est subdivisée en 10 communes : Saint Andrew, Saint David, Saint George, Saint John, Saint Joseph, Saint Luke, Saint Mark, Saint Patrick, Saint Paul et Saint Peter. La capitale économique et politique est Roseau.

L'économie dominicaine est marquée par un Produit Intérieur Brut de 7 893 USD<sup>14</sup> par habitant (en parité de pouvoir d'achat) et par un taux de pauvreté de 32 %<sup>15</sup>. Le pays est placé au 73<sup>e</sup> rang (sur 177) de l'Indice de Développement Humain<sup>16</sup>. Son économie est concentrée autour de l'agriculture et du tourisme. Cette faible diversification rend le pays plus vulnérable, surtout face aux aléas climatiques.

Dans le domaine de l'éducation, la Dominique présente un taux net de scolarisation primaire de 70 % et un taux net de scolarisation secondaire de 89 %<sup>17</sup>. Tous les enfants peuvent aller à l'école primaire à partir de l'âge de 5 ans jusqu'à l'âge de 15 ans, mais les élèves doivent obtenir des résultats suffisamment élevés au « Common Entrance Examination » afin de s'assurer une place à l'école secondaire.

L'éducation dans l'enseignement supérieur est limitée au Teacher's Training College, au Clifton Dupigny Community College et à une petite partie de l'université des Antilles. Les cours pour adultes sont essentiellement proposés à Roseau, Portsmouth et parfois dans les villages. Une éducation plus poussée peut être suivie sur les îles voisines ou à l'étranger (selon le recensement de 1991, seulement 2 % de la population dominicaine est allée à l'université).

Dans ce contexte, le gouvernement dominicain a élaboré sa stratégie de croissance et de protection sociale en adoptant en avril 2006 son Document Stratégique de Réduction de la Pauvreté (DSRP) final.

11 - US department of state, 2008 | 12 - en 2008 | 13 - Ethnologue. com | 14 - PNUD, 2007 | 15 - Nationmaster 2002 | 16 - PNUD, 2007 | 17 - UNESCO, ces données ont été collectées la même année et correspondent donc à deux cohortes différentes, ce qui peut expliquer ce résultat particulier

Afin de favoriser une croissance économique durable, le gouvernement de la Dominique a adopté des stratégies sectorielles. Elles concernent en premier lieu le tourisme. Afin que ce secteur contribue à la protection du patrimoine et au développement culturel, plusieurs objectifs sont visés :

- Protéger le patrimoine et les ressources culturelles locales.
- Intégrer les programmes du patrimoine dans l'ensemble des sites touristiques, comprenant la ville de Roseau, les moulins à eau de la Dominique et autres éléments du patrimoine de la Dominique.
- Favoriser la création de revenus touristiques pour les entreprises et les groupes culturels.
- Renforcer l'identité culturelle et l'appui à la culture locale.

Le tourisme doit également contribuer aux bénéfices sociaux et économiques du pays en favorisant la création d'emplois et le développement de l'entrepreneuriat dans le tourisme. Pour cela, des liens privilégiés avec d'autres secteurs, tels que l'agriculture, les arts et l'artisanat, le divertissement, la musique et le secteur des services doivent être institués.

Pour répondre à ces objectifs, le gouvernement a élaboré un plan d'actions visant :

- La coordination de la politique touristique avec le cadre de la politique culturelle afin de s'assurer de sa complémentarité et de sa pertinence.
- La collaboration avec les professionnels de la culture, en tenant compte de l'avis du NDC (National Development Corporation) et du secteur privé, afin d'identifier les initiatives de développement des produits du tourisme culturel.
- La constitution d'un groupe de travail composé de professionnels du tourisme culturel et de représentants du gouvernement pour travailler avec les populations locales à l'identification des produits issus du tourisme culturel pour les circuits touristiques.
- L'élaboration d'un agenda culturel répertoriant les événements culturels, y compris les activités proposées par la population.
- L'élaboration d'un programme culturel spécifique pour la ville de Roseau.

*Les documents de stratégie pour la réduction de la pauvreté (DSRP) sont établis par les gouvernements des pays à faible revenu selon un processus participatif dans lequel s'impliquent à la fois les parties prenantes au niveau national et les partenaires extérieurs du développement, dont le FMI et la Banque mondiale. Le DSRP décrit les politiques et les programmes macroéconomiques, structurels et sociaux qu'un pays mettra en œuvre pendant plusieurs années pour promouvoir la croissance et réduire la pauvreté. Il expose aussi les besoins de financement extérieur et les sources de financement connexe.*

# ENVIRONNEMENT INSTITUTIONNEL DE LA CULTURE<sup>18</sup>

## LES STRUCTURES INSTITUTIONNELLES

### Division de la Culture du Ministère pour le Développement des Communautés

« Government Headquarters »

Roseau

(+1767) 449 18 04

(+1767) 449 04 61

ncc@cwdom.dm

www.culturedominica.dm

La Division de la Culture a la charge de mettre en œuvre les programmes culturels du gouvernement et du Conseil National de la Culture à travers les missions suivantes :

- Développement, promotion et préservation des différentes formes d'expression populaire de la Dominique ;
- Appui aux organisations culturelles ;
- Diffusion d'informations sur les organisations et les activités culturelles ;
- Développement et organisation d'évènements culturels.

### Conseil Culturel National

Centre Culturel du vieux moulin (Old Mill Cultural Centre, Canefield), Roseau, Dominique

(+1767) 449 1 804 / 449 3 075

(+1767) 449 0416

ncc@cwdom.dm

Créé par la loi portant sur la culture du 7 décembre 1995, le conseil est rattaché au Ministère responsable de la culture. Ses missions sont les suivantes :

- Contribuer au développement et à la promotion de la culture en Dominique ;
- Consulter les Ministres, les autorités publiques, les autorités travaillant dans l'éducation, les associations culturelles, les acteurs privés et les groupes qui pourraient contribuer au développement culturel en Dominique ;
- Prévoir et administrer les fonds alloués par le gouvernement ou obtenus à la suite de projets pour le développement de la culture en Dominique ;
- Assister les associations culturelles et autres organisations culturelles membres du Conseil ;
- Assurer la gestion d'évènements et d'activités culturels ;
- Préconiser des mesures nécessaires pour le développement de la culture en Dominique, notamment en promouvant la création de centres d'art et d'infrastructures culturelles ;
- Promouvoir l'organisation de concours et d'évènements culturels de toutes sortes.

*Les structures qui composent l'environnement des industries culturelles de la Dominique sont recensées dans la version complète du profil culturel disponible sur le site de l'OIF. Y sont répertoriés les principales institutions en charge de ce secteur, le bureau de collecte des droits d'auteur, 1 organisme de formation 2 organisations professionnelles ainsi que 3 associations culturelles couvrant les différentes filières culturelles. Des informations relatives à leurs coordonnées mais aussi à leurs activités et à leurs missions y sont présentées de manière détaillée.*

## LA POLITIQUE CULTURELLE

Plusieurs institutions de soutien ont été créées pour développer le secteur des industries culturelles. Le Ministère de la Culture favorise la promotion et la préservation de la culture à travers les échanges culturels et a reçu des fonds de l'UNESCO, de l'Initiative ALBA, des gouvernements de la Caraïbe Francophone ainsi que de l'Ambassade des États-Unis.

De même, les potentialités offertes par l'île en tant que lieu de tournage ont suscité la naissance de la Commission nationale pour le film. Cette commission a été initialement établie pour inciter les producteurs à tourner à la Dominique puis s'est vue confier la mission de soutenir le développement de l'industrie locale du film.

De manière générale, les arts se soutiennent mutuellement à la Dominique bien que la majorité des événements reçoive des fonds gouvernementaux, internationaux et privés. Les groupes culturels des villages reçoivent une aide de la part du gouvernement et d'organisations telles que la division de la culture (Culture Division), la commission des festivals de la Dominique (Dominica Festivals Commission) et le mouvement pour la sensibilisation culturelle (Movement for Cultural Awareness) qui soutiennent les arts localement.

Concernant les entreprises culturelles privées, peu d'entre elles bénéficient d'un soutien public. Il s'agit pour l'essentiel d'aides budgétaires, d'aides en nature et de l'exemption des taxes à l'importation. Certaines (notamment les maisons de production musicales) bénéficient d'un soutien régional technique de l'OECS-EDU (Organisation des États des Caraïbes Orientales – Unité de développement des exportations) dans le domaine du marketing.

Une nouvelle politique culturelle a été élaborée en 2007 mais doit être complétée par une section relative au commerce des biens et services culturels et notamment à l'accès aux marchés extérieurs.

La Division de la Culture du Ministère pour le Développement des Communautés dispose de 500 000 EC\$ par an (193 000 USD) en moyenne.

*La Division de la Culture du Ministère dispose de 500 000 EC\$ par an (193 000 USD<sup>19</sup>) en moyenne.*

19 - Conversion au taux: 1 ECD = 0,3861 USD (Janvier 2010)

# ÉCONOMIE DES INDUSTRIES CULTURELLES

## APERÇU GÉNÉRAL

La culture tient une place particulière en Dominique et a fait naître des artistes de renom tel qu'Ophelia Marie ou Michele Henderson.

Par sa diversité linguistique, le pays peut se positionner à la fois sur les marchés francophones et anglophones où la diaspora caribéenne est relativement importante et où l'intérêt pour la culture des Caraïbes progresse. Ces marchés extérieurs constituent une opportunité considérable pour l'offre culturelle de la Dominique qui doit faire face à un marché interne très étroit (dû au faible nombre d'habitants mais aussi aux caractéristiques géographiques de l'île qui renchérissent les frais de distribution). Cela constitue un frein à la rentabilité des entreprises culturelles. Les défis techniques et physiques constituent en effet un obstacle important au développement économique de ces entreprises. La Dominique manque d'infrastructures de distribution physique et numérique de ses produits culturels, ce qui rend difficile l'acheminement des oeuvres dominicaines vers les marchés de niche formés par la diaspora caribéenne en Amérique du Nord et en Europe.

Les filières de la musique et de l'audiovisuel sont par ailleurs pénalisées par un déficit en ressources humaines et financières. Le faible investissement en capital humain dans ces secteurs a engendré une offre de formation insuffisante pour les professionnels locaux. De plus, le développement de ces entreprises est contraint par le manque d'accès aux financements (système bancaire fermé), le coût élevé des matériels utiles à la production de biens et services culturels, le plus souvent importés.

En ce qui concerne le commerce international, la Dominique est partie prenante de plusieurs accords régionaux et de commerce préférentiel. Elle est notamment membre du Marché Commun des Caraïbes (CARICOM), de l'Organisation des États des Caraïbes Orientales (OECO), et bénéficie d'un accès préférentiel au marché européen via l'accord de Cotonou, de l'Initiative des États-Unis concernant le bassin des Caraïbes mais aussi des programmes canadiens CARIBCAN. Concernant l'accès au marché de la Dominique, celle-ci applique le tarif extérieur commun de la CARICOM depuis 1991 à l'exception de quelques produits<sup>20</sup>.

En revanche, la Dominique n'a pas ratifié l'Accord de Florence qui engage ses membres à ne pas faire payer de droits de douane en ce qui concerne les objets à caractère éducatif, scientifique et culturel.

D'après les données collectées pour le rapport « Economie créative 2008 » de la CNUCED et du PNUD, la Dominique a exporté pour 10 millions de USD de biens culturels en 2005.

Dans ce domaine, le gouvernement élabore actuellement une stratégie destinée à soutenir l'exportation de biens et de services culturels ; notamment par la rédaction d'une politique concurrentielle pour réduire les barrières à l'entrée des marchés étrangers.

*La Dominique est membre de l'Organisation Mondiale du Commerce depuis 1995. À ce titre et selon la clause de la Nation la Plus Favorisée (NPF), le pays ne peut pas, en principe, établir de discrimination entre ses partenaires commerciaux. S'il accorde à un partenaire une faveur spéciale (en abaissant, par exemple, le droit de douane perçu sur un de ses produits), il doit le faire pour tous les autres membres de l'OMC.*

## LA FILIÈRE DU LIVRE ET DE L'ÉDITION

On observe depuis les années 70, un essor de la création poétique locale, de nouvelles, de pièces de théâtre, mais la plupart de ces œuvres ne sont pas publiées ou ont un accès limité à l'édition. Le secteur du livre est donc très peu développé à la Dominique même si quelques initiatives existent.

L'enquête réalisée auprès des différents maillons de la filière a permis de recenser 12 structures, générant 56 emplois et 960 000 ECD (360 000 USD). Peu de données économiques sont disponibles auprès des maisons d'édition.

Il est en revanche plus aisé d'évaluer la densité de production dans le domaine de la presse où le chiffre d'affaires d'un hebdomadaire est compris entre 300 000 et 360 000 ECD par an (116 000 et 140 000 USD) pour un tirage hebdomadaire se situant entre 2 000 et 4 500.

*Des informations relatives à l'activité des entreprises et des organisations évoluant dans la filière de l'écrit sont disponibles dans la version complète du profil culturel. Les maisons d'édition, les librairies, les journaux et magazines, les journaux électroniques et les bibliothèques (bibliothèques communales, bibliothèques spécialisées, bibliothèque nationale, centres culturels...) sont ainsi recensés sur l'ensemble du territoire. Le profil culturel complet présente de manière détaillée ces organisations : leur spécialisation, les catalogues, ainsi qu'une description des fonds documentaires s'agissant des bibliothèques.*

## LA FILIÈRE DE L'AUDIOVISUEL

La filière de l'audiovisuel est encore très embryonnaire dans l'île. Le secteur s'est surtout développé grâce à l'activité de tournage de films, comme le célèbre « Pirates des Caraïbes » qui a généré d'importants revenus pour le pays. Ce projet cinématographique a en effet permis de donner du travail à près de 500 personnes représentant en termes de revenus un montant de 1 million de USD. Au-delà de son impact sur l'emploi local, le tournage du film a généré des dépenses locales à hauteur de 18 millions de USD<sup>21</sup>.

Le maillon de la production quant à lui, s'il est en progression, est très restreint. Le secteur fait en effet face à une pénurie de professionnels qualifiés. La Commission Nationale du Film propose certes des sessions de formation, mais celles-ci sont courtes et limitées aux savoir-faire de base comme l'écriture de scénario ou l'utilisation de la caméra alors que les spécialistes du secteur éprouvent également des besoins de formation dans le domaine de la gestion d'entreprises et de la commercialisation de produits audiovisuels.

*Des informations relatives à l'activité des entreprises évoluant dans la filière de l'audiovisuel sont disponibles dans la version complète du profil culturel. Les studios de montage et maisons de production, les stations de radio et les stations de télévision sont ainsi recensés sur l'ensemble du territoire. Le profil culturel complet présente de manière détaillée ces entreprises : leur spécialisation, leurs références, ainsi des informations techniques relatives à leur activité (matériel disponible, jauge...).*

L'enquête réalisée auprès des différents maillons de la filière audiovisuelle a permis d'identifier 11 structures générant près de 130 emplois et 4,6 millions ECD (1,8 million de USD). Le chiffre d'affaires d'une maison de production se situe entre 200 000 et 1 million de ECD par an (77 000 et 386 000 USD). L'ensemble des maisons de production présente un chiffre d'affaire total de 1,4 million de ECD (540 000 USD). Le chiffre d'affaires d'une station de radio se situe entre 180 000 ECD et 1 million de ECD (70 000 et 386 000 USD).

## LA FILIÈRE DE LA MUSIQUE

La musique joue un rôle important tant socialement que culturellement à la Dominique. Un nombre important de musiciens est reconnu nationalement ; ceux-ci utilisent des genres importés tels que le calypso, le reggae, la soca, le kompa, le zouk et

<sup>21</sup> - The Cultural Industries in Caricom: Trade and Development Challenges, K. Nurse, novembre 2006

le rock and roll. La Dominique a créé son propre genre musical, le bouyon qui mélange les éléments de différents styles et qui est particulièrement apprécié par la population. Comme beaucoup de musiques francophones des Basses Antilles, la musique populaire dominicaine est composée d'un mélange d'éléments européens et africains. Les caractéristiques physiques de l'île (paysage montagneux et accidenté) ont fait naître une grande diversité de traditions régionales. Les régions du Nord, de l'Est, du Sud, de l'Ouest et du centre se distinguent par leurs genres musicaux.

La Dominique est le berceau de plusieurs artistes de renommée régionale, autant appréciés par la diaspora que par les marchés internationaux, tels que le groupe WCK ou Ophelia Marie. Mais la plupart des musiciens de l'île ne vivent pas de leur art. Ceux-ci sont très dépendants des revenus générés par leurs prestations scéniques lors des carnivals et des festivals. L'industrie de la musique est en effet davantage développée dans la filière de la diffusion que dans la filière de la production de disques encore embryonnaire. Il faut cependant noter que cette dernière est en cours de développement étant donné l'accroissement du nombre de studios d'enregistrement et d'unités de duplication artisanale de CD. Cette production est malgré tout loin d'en être à un stade industriel et la seule unité de manufacture de CD dans les Caraïbes se trouve en Jamaïque<sup>22</sup>. L'investissement dans ce secteur est en effet contraint par la petite taille de la population mais aussi par les ravages de la piraterie et les défaillances du maillon de la distribution souvent assurée par les artistes eux-mêmes. L'association des professionnels de la musique s'est récemment constituée (2007) pour représenter les intérêts de ses membres et réfléchir sur ces problématiques.

Concernant la collecte des droits d'auteur, la Dominique ne possède pas de société nationale collectrice mais est membre d'ECCO<sup>23</sup> (Organisation de la Caraïbe orientale de collecte des droits musicaux) située à Sainte-Lucie.

L'enquête réalisée auprès des différents maillons de la filière musicale – studios d'enregistrement, maisons de production, maisons de distribution, vente au détail, scènes – a permis d'identifier une dizaine de structures générant 65 emplois. Le chiffre d'affaires d'une maison de production se situe entre 60 000 et 300 000 ECD (23 000 et 115 000 USD) par an et celui d'un studio d'enregistrement entre 5 500 et 60 000 ECD par an (2 100 et 23 000 USD). L'enregistrement d'une chanson y coûte entre 150 et 800 ECD (58 et 310 USD).

*Des informations relatives à l'activité des entreprises évoluant dans la filière de la musique sont disponibles dans la version complète du profil culturel. Les studios d'enregistrement, les maisons de production et les salles de spectacles et lieux de diffusion musicale, sont ainsi recensés sur l'ensemble du territoire.*

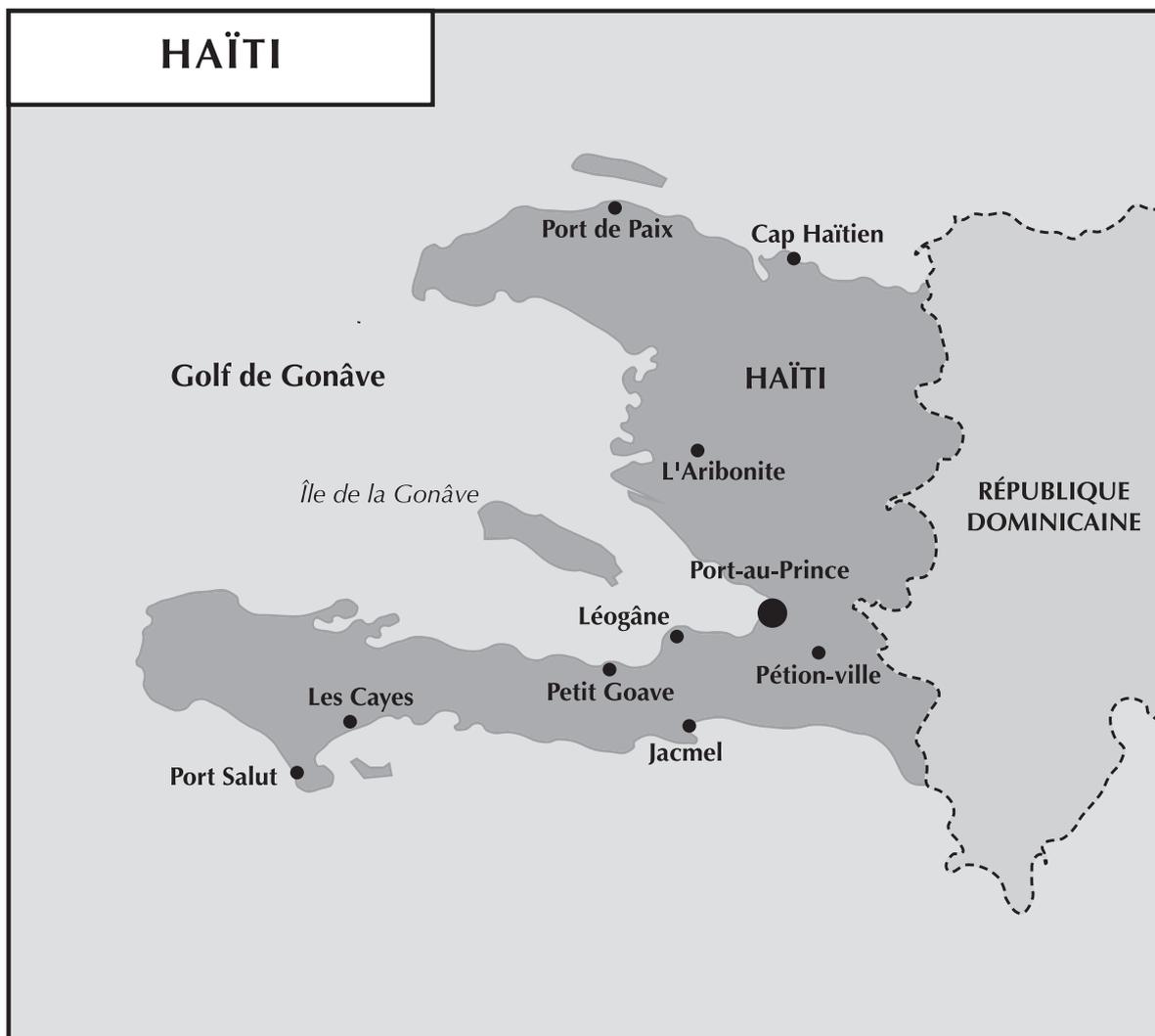
## LES FESTIVALS

Les festivals et les carnivals sont une activité économique très dynamique à la Dominique et offrent une source de recettes extérieures considérable pour le pays. Ces événements, en particulier le Carnaval où les artistes peuvent présenter leurs créations, font d'ailleurs de plus en plus partie intégrante des stratégies liées au développement du secteur touristique national.

Né en 1996, le Festival mondial de musique créole (WCMF) a également été pensé comme un moyen de soutenir les arts, la musique et les industries du loisir mais aussi comme une vitrine du pays susceptible d'accroître les activités touristiques et de générer ainsi des revenus non négligeables. Au fur et à mesure des années, le festival a pris de l'ampleur et rassemble de plus en plus de personnes venant de l'étranger. Une étude sur les industries culturelles de la CARICOM<sup>24</sup> révèle des chiffres très intéressants : en 2003, près de 2 300 personnes sont venues spécialement pour le festival et ont dépensé près de 2,4 millions EC\$ (930 000 USD) en logement, nourriture, transport et autres activités liées au festival et au tourisme.

*Les événements culturels – marchés, festivals sur les arts, carnivals – sont également répertoriés dans le profil culturel complet.*

# HAÏTI

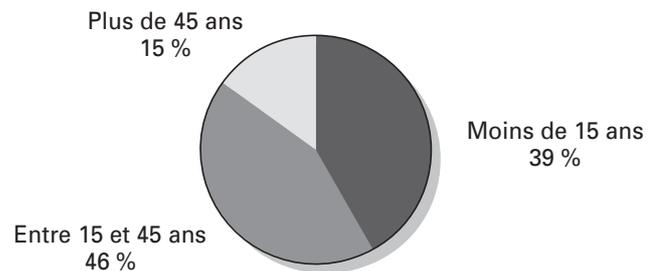


# DÉVELOPPEMENT HUMAIN

Selon le Fonds des Nations-Unies pour la Population, Haïti comptait 9,8 millions d'habitants en 2008. 47 % de la population haïtienne vit en zone urbaine. Celle-ci est en majorité très jeune puisque 85 % des habitants avaient moins de 45 ans en 2008<sup>25</sup>. Haïti compte 2 langues vivantes et officielles : le français et le créole haïtien plus couramment parlé.

## ▷ RÉPARTITION DE LA POPULATION PAR ÂGE

- Moins de 15 ans
- 15 à 45 ans
- Plus de 45 ans



Le pays est divisé administrativement en dix départements : le Nord-Est, le Nord, le Nord-Ouest, le Centre, l'Artibonite, l'Ouest, le Sud-est, le Sud, la Grande Anse, les Nippes.

Chaque département est divisé en un certain nombre de communes et en sections communales. Au total, il existe 140 communes et 570 sections communales et 39 arrondissements.

La capitale économique et politique est Port-au-Prince.

Victime d'une forte instabilité politique, Haïti est le pays le moins développé des Amériques. L'économie haïtienne est entrée en récession en 2001 et a connu une importante dégradation de ses indicateurs économiques et de développement humain. Le Produit Intérieur Brut en parité de pouvoir d'achat était de 1 155 USD par habitant en 2007. L'Indice de Développement Humain (IDH) atteignait 0,532 en 2007, plaçant le pays au 149<sup>e</sup> rang mondial (sur 177)<sup>26</sup>.

Haïti présente un taux de pauvreté très important qui atteint 56 % de la population lorsque le seuil de pauvreté est évalué à 1 \$USD par jour et près de 76 % lorsqu'on le considère à 2 \$USD par jour. Le niveau de vie y est très inégalitaire car 56 % des ménages les plus pauvres perçoivent 10 % du revenu total du pays<sup>27</sup>.

62,1 % de la population âgée de plus de 15 ans est alphabétisée et l'indice du niveau d'instruction (indice composite compris entre 0 et 1) intégrant l'alphabétisation des adultes et le niveau d'enseignement atteint 0,588. En ce qui concerne la scolarisation des Haïtiens, on estime que 21,5 % de la population âgée de plus de 5 ans sera scolarisée au niveau secondaire et seulement 1,1 % atteindra un niveau universitaire<sup>28</sup>.

Dans ce contexte, le gouvernement a élaboré une stratégie pour la croissance et pour la réduction de la pauvreté en adoptant en février 2008 son DSNCRP final.

Ce document présente les axes stratégiques prioritaires destinés à renforcer la croissance, à réduire la pauvreté ainsi qu'à améliorer le niveau de vie de la population.

25 - www.census.gov | 26 - PNUD, Rapport mondial sur le développement humain 2009 | 27 - Egset W. et Sletten P., *La pauvreté en Haïti - Profil de la pauvreté*, juin 2005 | 28 - Ministère de la Planification et de la Coopération Extérieure, *Document de Stratégie Nationale pour la Croissance et pour la Réduction de la Pauvreté 2008-2010*, novembre 2007.

Concernant le domaine de la culture, les objectifs suivants ont été identifiés :

- Faire de la culture et de la communication les principaux fondements du développement économique et social du pays ;
- Améliorer l'action et la diffusion de compétences des institutions culturelles et de communication ;
- Sauvegarder, protéger et mettre en valeur le patrimoine culturel tangible et intangible, ainsi que les traditions locales ;
- Développer les arts, la littérature et les industries culturelles.

La poursuite de ces objectifs se traduit par la mise en place des actions prioritaires suivantes :

- Renforcement et décentralisation institutionnelle à travers la réhabilitation, la restructuration et le développement des dispositifs d'intervention et de diffusion culturelle ;
- Protection, enrichissement et mise en valeur du patrimoine culturel national tangible et intangible ;
- Promotion de la création artistique, artisanale et littéraire ainsi que la promotion d'une société pluraliste et démocratique.

*Les documents de stratégie pour la réduction de la pauvreté (DSRP) sont établis par les gouvernements des pays à faible revenu selon un processus participatif dans lequel s'impliquent à la fois les parties prenantes au niveau national et les partenaires extérieurs du développement, dont le FMI et la Banque mondiale. Le DSRP décrit les politiques et les programmes macroéconomiques, structurels et sociaux qu'un pays mettra en œuvre pendant plusieurs années pour promouvoir la croissance et réduire la pauvreté. Il expose aussi les besoins de financement extérieur et les sources de financement connexes.*

# ENVIRONNEMENT INSTITUTIONNEL DE LA CULTURE<sup>29</sup>

## LES STRUCTURES INSTITUTIONNELLES

### Ministère de la Culture et de la Communication

4 rue Magny, Port-au-Prince, HAÏTI  
Tél: (+509) 223 55 14 – 221 17 53  
www.mcc.gouv.ht

Le Ministère de la Culture et de la Communication est responsable de la politique culturelle et de communication du pays. Il mène son action à travers les axes prioritaires suivants :

- la conservation et la recherche ;
- la créativité et l'entrepreneuriat ;
- la communication et la performance.

Ces axes constituent un mode d'intervention transversal applicable aux différents domaines sous la responsabilité du Ministère : arts, lettres, patrimoine et communication.

Le Ministère met à disposition des structures artistiques le matériel de la régie culturelle du Ministère. Il consacre 2 millions de gourdes (50 400 USD) chaque année pour aider des projets artistiques.

### BHDA (Bureau Haïtien du Droit d'Auteur)

57 rue Pacot, Port-au-Prince  
Tél: (+509) 2 244 45 71 / (+509) 2 244 45 73  
Fax: (+509) 2 244 45 72  
eddbhdamcc@yahoo.fr

Créé le 12 octobre 2005 par arrêté présidentiel, le BHDA est un organisme autonome placé sous la tutelle du Ministère de la Culture dont la mission est de promouvoir la création artistique, littéraire, culturelle et la protection de la propriété intellectuelle. Plus précisément, le BHDA est chargé de faire respecter les droits d'auteur et les droits voisins en Haïti mais aussi de sensibiliser la population, en particulier les créateurs, au rôle économique de ces droits. Son action contribue ainsi à la sécurité du marché culturel national, et par ce biais, à attirer les investissements dans ce secteur. Il dispose d'un budget d'environ 7,5 millions de gourdes<sup>30</sup>.

### CONATEL (Conseil National de Télécommunication)

Créé à la suite du décret du 27 septembre 1969, le CONATEL est responsable de la définition et de la conduite de la politique des Télécommunications arrêtée par le Gouvernement (loi organique du 10 juin 1987).

*Les structures qui composent l'environnement des industries culturelles à Haïti sont recensées dans la version complète du profil culturel disponible sur le site de l'OIF. Y sont répertoriés les principales institutions en charge de ce secteur, le bureau de collecte des droits d'auteur, les organismes de formation (publics et privés) ainsi que les organisations professionnelles couvrant les filières de l'audiovisuel, des arts plastiques, des arts vivants, de l'édition, de la presse et de la musique. Des informations relatives à leurs coordonnées mais aussi à leurs activités et à leurs missions y sont présentées de manière détaillée.*

29 - En vigueur en 2008 | 30 - Donnée pour 2007

## LES LOIS RÉGISSANT LE SECTEUR DES INDUSTRIES CULTURELLES

### Télécommunications

- Décret du 7 septembre 1976 formant le nouveau Conseil National de Télécommunication (CONATEL).
- Loi du 21 août 1977 accordant à l'État le monopole des services de télécommunication.
- Décret du 20 août 1987 redéfinissant la mission du Conseil National des Télécommunications et fixant ses attributions en ce qui a trait à la planification, la réglementation et le contrôle des services de télécommunication.

### Droits d'auteur

- Décret sur les droits d'auteur d'œuvres littéraires, scientifiques et artistiques du 9 janvier 1968.
- Décret du 12 octobre 2005 sur le droit d'auteur et créant le Bureau Haïtien du Droit d'Auteur (BHDA).

### Audiovisuel

- Loi du 22 mars 1977 créant la Radio National d'Haïti.
- Décret du 24 janvier 1979 TV créant la Télévision Nationale d'Haïti.

## LA POLITIQUE CULTURELLE

L'intervention de l'État dans le domaine de la culture rentre dans le cadre de la *Déclaration de Politique Générale* énoncée par le Premier Ministre en septembre 2008. Celle-ci a pour objectif de faire de la culture et de la communication des vecteurs fondamentaux du développement économique du pays. L'action du Ministère est axée autour des directives que le gouvernement a choisies : la relance de l'économie, l'intégration sociale des jeunes et le développement touristique.

Pour répondre à ces enjeux, le Ministère met en œuvre plusieurs programmes transversaux :

- **Information et communication publiques.** Ce programme doit contribuer à une meilleure efficacité de la gestion de l'information publique ;
- **Éducation culturelle et artistique.** Les missions de ce programme sont la promotion de la lecture publique, la sensibilisation des jeunes aux valeurs civiques, historiques, esthétiques, économiques, scientifiques et spirituelles associées au patrimoine culturel du pays ;
- **Festivals et événements culturels.** La mission de ce programme est de promouvoir les arts et les traditions populaires ;
- **Conservation et mise en valeur du patrimoine culturel.** Ce programme est axé autour de l'inventaire du patrimoine matériel et immatériel haïtien, de la mise en œuvre d'un modèle cohérent de gestion et de conservation des sites historiques et culturels à haute valeur ajoutée naturelle, culturelle, touristique et économique ;
- **Programme d'appui au développement des entreprises.** Il vise à structurer le secteur des entreprises culturelles dans les différents maillons (création, production, distribution) de plusieurs filières (édition, arts du spectacle, arts plastiques, architecture et mise en valeur des sites culturels, audiovisuel et multimédia, radio et télédiffusion, technologie de l'information et de la communication) ;
- **Programme d'enseignement supérieur des arts.** Sa principale mission est la mise en place d'un Institut Supérieur des Arts.

*Le Ministère de la Culture et de la Communication bénéficie d'un budget total de près de 600 millions de Gourdes<sup>31</sup> (15 millions de US\$<sup>32</sup>) pour l'exercice 2008-2009, soit 1,4 % des dépenses budgétaires publiques totales.*

31 - Ministère de l'Économie et des Finances | 32 - 1 gourde = 0,0252 (janvier 2010)

# ÉCONOMIE DES INDUSTRIES CULTURELLES

## APERÇU GÉNÉRAL

Doté d'une importante diversité construite sur l'histoire et la situation géographique de l'île, Haïti possède une très grande richesse culturelle. Les produits et pratiques culturels font partie intégrante de la vie quotidienne. Haïti possède en effet un vivier culturel très important et des créations artistiques de très grande qualité reconnues à travers le monde. Fruit d'influences variées apportées des mondes africain, amérindien et européen, la culture haïtienne peut s'enorgueillir de ses nombreux artistes.

Si avec la peinture, les arts plastiques sont les arts par excellence à Haïti, la musique n'est pas en reste. Tandis que certains artistes ont percé à l'étranger (Teri Moïse et les Fugees pour ne citer qu'eux), d'autres comme le musicien Beethova Obas ou l'écrivain Lyonel Trouillot récompensé par le prix Médicis ont réussi à se forger une célébrité internationale tout en restant sur leur île.

La production culturelle locale doit malgré tout faire face à de nombreux défis. D'après la présente étude, le secteur des industries culturelles – édition, musique et audiovisuel – génère environ 2 000 emplois.

Les entreprises présentes dans les filières de l'écrit, de l'audiovisuel et de la musique sont caractérisées par une faible taille notamment dans les deux dernières filières. La plupart de ces entreprises (52 %) sont des micro-entreprises<sup>33</sup> ou des petites entreprises pour 32 % d'entre elles<sup>34</sup> et évoluent le plus souvent dans le secteur informel.

L'enquête a été réalisée auprès 147 structures. Parmi elles, 64 % ont accepté de communiquer le nombre de leurs employés et seulement 11 % ont accepté de communiquer leur budget ou chiffre d'affaires.

Les résultats collectés lors de l'enquête ne permettent pas d'estimer la taille du secteur culturel en termes de chiffre d'affaires mais révèle quelques grandes tendances. Ce secteur hétéroclite est difficile à appréhender dans son ensemble ; les différents maillons des filières étudiées sont plus ou moins importants selon les filières. Le maillon de la distribution reste concentré autour de quelques structures tandis que celui de la production et de la diffusion semble davantage concurrentiel.

Le secteur culturel, dans son aspect industriel, reste embryonnaire. Ceci est dû en partie à la petite taille du marché confortée par la faiblesse du pouvoir d'achat de la population haïtienne : dans un pays où 56 % de la population vit avec moins de 1 USD par jour, un CD coûte entre 9 et 13 USD, un livre coûte entre 6 et 40 US\$, l'accès à un studio d'enregistrement coûte entre 27 et 70 USD par heure, le montage d'un projet audiovisuel coûte entre 1 000 et 5 000 USD, le prix d'une entrée de cinéma s'élève à 2,5 USD.

En ce qui concerne le commerce international, Haïti est membre de l'Organisation Mondiale du Commerce depuis 1995 et fait partie de plusieurs groupements régionaux tels que la Communauté de la Caraïbe (CARICOM) par intermittence depuis 1997 et l'Association des États de la Caraïbe. Le pays participe actuellement aux négociations en cours dans le cadre de la Zone de Libre-échange des Amériques.

Il existe peu de données relatives au commerce des biens et services culturels en Haïti, et lorsqu'elles existent, elles sont relativement anciennes.

Concernant la politique commerciale du pays en matière de biens et de services culturels, Haïti a ratifié l'**accord de Florence** le 14 mai 1954 qui engage ses membres à ne pas faire payer de droits de douane pour les objets à caractère éducatif, scientifique et culturel mais n'a pas encore signé le **protocole de Nairobi** qui élargit la détaxation aux « instruments de musique et autres équipements musicaux et aux matières et machines servant à la fabrication des livres, publications et documents ». Les droits de douane appliqués à certains intrants culturels viennent ainsi alourdir leur coût déjà élevé pénalisant ainsi la rentabilité de beaucoup d'entreprises culturelles.

33 - moins de 10 salariés | 34 - entre 10 et 50 salariés

## LA FILIÈRE DU LIVRE ET DE L'ÉDITION

La production littéraire haïtienne est très dynamique, tant localement que parmi la diaspora présente à l'étranger. Sur l'île, le secteur de l'édition est cependant contrarié par un lectorat très restreint (à titre d'exemple, un ouvrage vendu en 2 000 exemplaires est considéré comme un best seller<sup>35</sup>), mais celui-ci a connu un développement significatif ces dix dernières années, le nombre de titres publiés passant de 30 à plus d'une centaine par an.

L'enquête réalisée entre 2007 et 2008 révèle que le secteur génère au moins 1 000 emplois et 581 millions de Gourdes (14,5 millions USD). Elle révèle également que si une maison d'édition peut publier jusqu'à 1 million d'exemplaires par an (dans le cas des ouvrages scolaires notamment), la majorité d'entre elles en publient entre 10 000 et 50 000 (en dehors des ouvrages scolaires). D'autre part, les produits de l'édition haïtienne sont peu représentés dans les librairies puisque la part dans leur chiffre d'affaires est comprise entre 5 et 25 %.

Concernant la presse, le tirage d'un mensuel oscille entre 1 500 et 4 000 exemplaires, celui d'un hebdomadaire entre 2 000 et 13 000 et celui d'un quotidien entre 8 000 et 15 000.

Dans le domaine de l'accès à la lecture publique, plusieurs réseaux de bibliothèques ont été mis en place :

- le réseau des bibliothèques municipales ;
- le réseau de l'alliance française composé de 6 alliances présentes à Cap haïtien, aux Gonaïves, aux Cayes, à Jacmel, à Jérémie et à Port de Paix ;
- le réseau des centres de lecture et d'animation culturelle (CLAC), fruit du partenariat entre le pays et l'OIF, composé de 10 centres répartis sur les départements du Nord, du Nord Est, de l'Artibonite et de l'Ouest ;
- le réseau FOKAL soutenu par le programme bibliothèque de la Fondation Connaissance et Liberté et composé d'une cinquantaine de bibliothèques de proximité sur tout le territoire.

*Des informations relatives à l'activité des entreprises et des organisations évoluant dans la filière de l'écrit sont disponibles dans la version complète du profil culturel. 8 maisons d'édition, 2 maisons de distribution, 11 librairies, 11 journaux et magazines, 6 bibliothèques (bibliothèques communales, bibliothèques spécialisées, bibliothèque nationale, centres culturels...) 10 Centres de Lecture et d'Animation Culturelle (CLAC) et 36 bibliothèques appartenant au réseau FOKAL sont ainsi recensés sur l'ensemble du territoire. Le profil culturel complet présente de manière détaillée ces organisations : leur spécialisation, les catalogues, ainsi qu'une description des fonds documentaires s'agissant des bibliothèques.*

## LA FILIÈRE DE L'AUDIOVISUEL

Le secteur de l'audiovisuel constitue une industrie en développement. L'enquête réalisée entre 2007 et 2008 révèle que le secteur génère plus de 1 100 emplois et 266 millions de Gourdes (6,6 millions USD). Les maisons de production les plus dynamiques produisent jusqu'à 20 documentaires et 4 long métrages par an et le chiffre d'affaires moyen d'une maison de production s'élève à 40 000 USD (pour celles qui l'ont communiqué).

La production audiovisuelle haïtienne présente une certaine vitalité, principalement en ce qui concerne la production vidéo ; de nombreux producteurs indépendants réalisent des tournages en vidéo de fictions ou de documentaires en un nombre beaucoup plus important que la production cinématographique haïtienne davantage développée dans la diaspora.

Le secteur audiovisuel et en particulier la production est pénalisé par d'importants obstacles tels que le piratage, la mauvaise qualité technique de la production, le manque de formation des techniciens mais aussi l'absence de cadre légal. Ces obstacles entretiennent la difficile rencontre du cinéma haïtien avec son public, contraignant les salles de cinéma à fermer les unes après les autres.

Le secteur de la radiodiffusion est quant à lui relativement structuré avec plus de 200 stations sur tout le territoire. L'enquête révèle que le chiffre d'affaires d'une station de radio peut être compris entre 100 000 et 5 millions de USD, avec un chiffre d'affaires moyen de 1,4 million de USD. La plupart d'entre elles émettent 24 heures sur 24 et proposent des programmes musicaux.

35 - C. Gilles, Haïti : pays faible, littérature forte, www.syfia.info, décembre 2006

Le marché de la télédiffusion compte 22 chaînes nationales dont 7 créées en 2009. Ce marché connaît un développement certain avec l'introduction de la filière numérique mais reste dominé par la Télévision Nationale d'Haïti qui dispose d'un budget de 55 millions de Gourdes (1,4 million USD).

*Des informations relatives à l'activité des entreprises évoluant dans la filière de l'audiovisuel sont disponibles dans la version complète du profil culturel. 8 studios de montage et maisons de production, 15 stations de radio, 12 stations de télévision, et 3 salles de cinéma ou lieux de projection cinématographique sont ainsi recensés sur l'ensemble du territoire. Le profil culturel complet présente de manière détaillée ces entreprises : leur spécialisation, leurs références, ainsi que des informations techniques relatives à leur activité (matériel disponible, jauge...).*

## LA FILIÈRE DE LA MUSIQUE

La musique tient une place particulièrement importante dans la société haïtienne et fait partie intégrante des traditions locales que sont les bals et les carnivals. Marquée par deux courants principaux, le Compas né dans les années 60 et la « musique racine » née dans les années 1980 et inspirée par la pratique Vaudou, elle représente un art très populaire dont l'engouement dépasse les frontières de la Caraïbe.

Cependant, ce secteur, en tant qu'industrie, reste encore très embryonnaire. Concernant le maillon de l'enregistrement, Haïti connaît, comme de nombreux pays, une augmentation importante de studios numériques personnels qui prennent petit à petit la place des studios d'envergure.

Cet état de fait participe au développement de la pratique de plus en plus fréquente selon laquelle une même entité gère tous les aspects de la production musicale.

Le mixage des disques est, dans la plupart des cas, assuré dans des studios étrangers (notamment aux États-Unis et au Canada). En revanche, les enregistrements ne sont pas souvent masterisés, ce qui contribue à la mise sur le marché de produits de qualité limitée. Concernant le maillon de la duplication, l'édition physique des disques est également assurée par les manufactures étrangères.

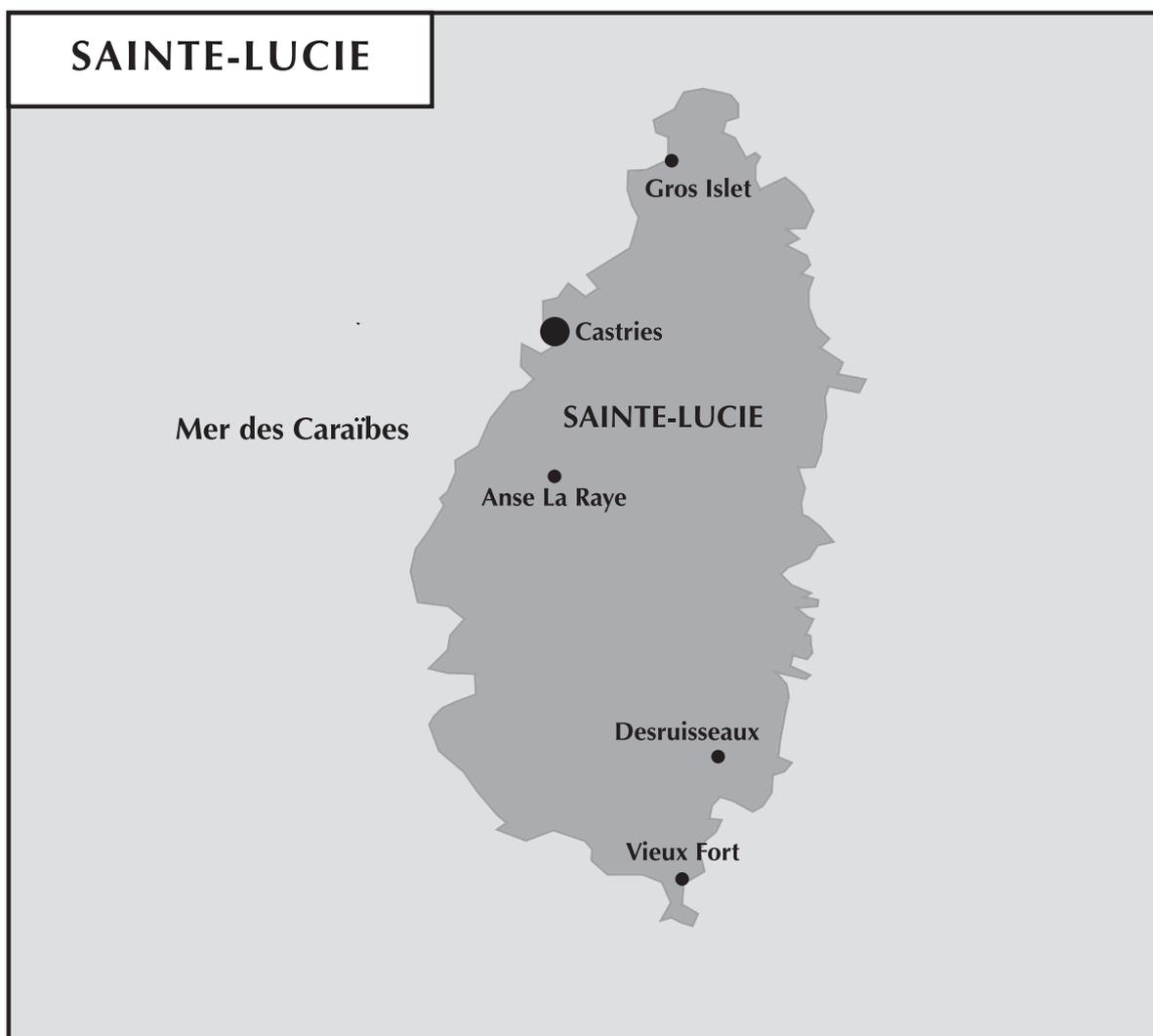
C'est dans le domaine des concerts et des festivals que le secteur de la musique est le plus dynamique. Au-delà des bals, le pays connaît en effet un développement du nombre de concerts et de festivals qui procurent aux artistes une source de revenus directs.

Il est difficile d'estimer la taille du secteur de la musique en termes d'emplois car il ne fait souvent pas office d'occupation principale. L'enquête réalisée en 2007 compte ainsi seulement 237 emplois liés à ce secteur. D'autre part, l'enquête a permis d'identifier la contribution de ce secteur à seulement 18 millions de Gourdes (450 000 USD).

*Des informations relatives à l'activité des entreprises évoluant dans la filière de la musique sont disponibles dans la version complète du profil culturel. 6 studios d'enregistrement, 1 maison de production, 2 maisons de distribution, 9 lieux de vente au détail et plus de 7 salles de spectacles et lieux de diffusion musicale sont ainsi recensés sur l'ensemble du territoire. 6 évènements culturels – marchés, festivals sur les arts, carnivals – sont également répertoriés dans le profil culturel complet.*

# SAINTE-LUCIE

---



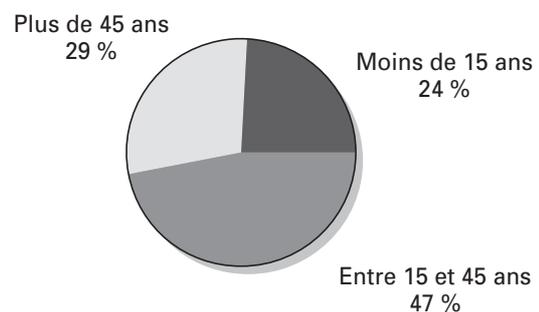
# DÉVELOPPEMENT HUMAIN

Sainte-Lucie est peuplée de 170 000<sup>36</sup> habitants dont près de 30 % vivent en zone urbaine. Avec 71 % de personnes âgées de moins de 45 ans, la population saint-lucienne est très jeune.

Les Saint-Luciens parlent majoritairement créole (99 %), une langue dérivée du français et des langues africaines<sup>37</sup>, mais la langue officielle est l'anglais.

## ↳ RÉPARTITION DE LA POPULATION PAR ÂGE

- Moins de 15 ans
- 15 à 45 ans
- Plus de 45 ans



Sainte-Lucie est subdivisée en 11 districts : Anse-la-Raye, Castries, Choiseul, Dauphin, Dennery, Gros-Islet, Laborie, Micoud, Praslin, Soufrière et Vieux Fort. La capitale économique et politique est Castries.

L'économie du pays est très concentrée autour de l'agriculture, du tourisme et de la petite industrie. Le Produit Intérieur Brut par habitant (en parité de pouvoir d'achat) s'élève à 9 786 USD<sup>38</sup>. Sainte-Lucie, pays à revenu moyen supérieur, est placée au 69<sup>e</sup> rang mondial (sur 177) de l'Indice de Développement Humain<sup>39</sup>. 21 %<sup>40</sup> de la population vit sous le seuil de pauvreté de 1,25 USD par jour.

Dans le domaine de l'éducation, Sainte-Lucie présente un taux net de scolarisation primaire de 93 % et un taux net de scolarisation secondaire de 76 %<sup>41</sup>. En revanche, ce taux chute à 8 % pour ce qui est des élèves suivant les cours de l'enseignement supérieur.

Pour la majorité des Saint-Luciens l'école se termine à l'âge de 15 ans. L'enseignement secondaire est difficilement accessible pour la majorité de la population ; d'une part, il n'y a pas assez de places pour tous ceux qui souhaitent le suivre, d'autre part, l'entrée est conditionnée par la réussite à un examen. Par ailleurs, il n'existe pas d'université à Sainte-Lucie, mais une préparation à la formation universitaire (notamment pour intégrer l'Université des Caraïbes) est dispensée par le « Sir Arthur Lewis Community College » ainsi dénommé en hommage au Prix Nobel d'économie saint-lucien.

Dans ce contexte, le gouvernement a défini une stratégie de développement humain et de réduction de la pauvreté à travers un plan d'action provisoire élaboré en 2003.

Les axes prioritaires de ce plan d'action sont les suivants :

- Le respect du cadre réglementaire ;
- La promotion d'une croissance économique durable ;
- Le soutien et le développement des capacités de production et de l'activité économique ;
- La promotion de la cohésion sociale, l'éradication des barrières sociales et la création d'institutions sociales ;
- L'accès garanti, sûr et amélioré aux services sociaux fondamentaux ;
- Le renforcement des compétences.

36 - UNICEF, 2008 | 37 - Ethnologue.com | 38 - PNUD, 2007 | 39 - PNUD, 2007 | 40 - UNICEF | 41 - UNESCO, 2007

Le 4<sup>e</sup> axe (promotion de la cohésion sociale) insiste notamment sur la volonté du gouvernement à renforcer l'identité culturelle du pays. Pour mettre en œuvre cette stratégie, le gouvernement propose :

- La promotion du créole dans les cadres formels et informels ;
- La promotion et le soutien aux cultures locales ;
- L'organisation et la promotion d'événements et d'activités culturelles qui sont accessibles à tous les membres de la société.

En plus de renforcer l'identité individuelle et collective, les arts sont vus comme un vecteur important du développement social et économique. En soutenant les festivals nationaux et locaux par des financements ou des formations, les programmes de renforcement des capacités visent également les organisations culturelles. La production artistique est soutenue sous des formes variées et les synergies avec d'autres secteurs, en particulier le tourisme, sont encouragées.

# ENVIRONNEMENT INSTITUTIONNEL DE LA CULTURE

## LES STRUCTURES INSTITUTIONNELLES

### Ministère de l'Éducation et de la Culture

Francis Compton Building, Waterfront, Castries  
(+1758) 468 52 03  
(+1758) 453 22 99  
mineduc@candw.lc  
<http://www.education.gov.lc/>

Le Ministère de l'Éducation et de la Culture est responsable de la politique culturelle du pays et bénéficie d'un budget total de 127 millions d'ECD (49 millions de USD) pour les dépenses courantes et de 34 millions d'ECD (13,1 millions de USD) pour les dépenses en capital en 2007 (soit 12 % du budget public total)<sup>42</sup>.

### Cultural Development Foundation

Culture and Local Government, Waterfront P.O.Box CP 5405, Castries, St Lucia  
(+1758) 452 18 59 / 459 06 15  
cdf@candw.lc

La Fondation pour le Développement Culturel (FDC) a été créée en 2002 conformément à la loi du parlement datant d'août 2000. Elle a pour mandat de mettre en œuvre la politique culturelle nationale de Sainte-Lucie à travers la réalisation de publications, l'organisation d'événements culturels et d'ateliers.

Selon la loi du 26 septembre 2006, la FDC a été instituée afin de promouvoir le développement et la gestion des arts et de la culture à Sainte-Lucie. Cette structure a été créée afin de rationaliser les activités du Ministère de l'Éducation et de la Culture. Les membres de cette fondation ont un droit de regard sur ses programmes. Le rôle du Ministère évolue ainsi vers le pilotage stratégique du développement du secteur à travers l'action du Conseil de la Fondation pour le Développement Culturel.

Son budget est de 2 millions d'ECD (744 171 USD).

### Hewanorra Music Society

Rupert Mc Namara's Ave. P.O. BPX 1489, Castries, St. Lucia  
(+1758) 452 61 02 / 452 36 54  
hms@candw.lc  
<http://www.hmsstlucia.org/>

Hewanorra Musical Society (HMS) est l'entité légale chargée de faire respecter la législation sur le droit d'auteur (Loi sur le droit d'auteur de 1995 et Amendement sur le droit d'auteur en 2000) et les droits voisins. HMS est chargée de l'administration des droits d'auteur de ses membres (241 auteurs, compositeurs et interprètes) et dispose d'un budget d'1 million d'ECD (386 085 USD).

HMS n'est pas mandatée pour surveiller et combattre la piraterie mais elle soutient et assiste ses membres dans la lutte contre cette pratique illégale.

HMS a soutenu la mise en place de l'Association des musiciens et des artistes (Association of Musicians and Performers - Stamp), qui en plus d'être un organisme central, travaille pour la reconnaissance de la musique en tant qu'industrie, l'amélioration des produits et la mise sur le marché de la musique saint-lucienne.

42 - Budget Adress 2007-2008, Ministère des Finances de Sainte-Lucie

*Les structures qui composent l'environnement des industries culturelles de Sainte-Lucie sont recensées dans la version complète du profil culturel disponible sur le site de l'OIF. Y sont répertoriées les principales institutions en charge de ce secteur, le bureau de collecte des droits d'auteur, les organismes de formation ainsi que les organisations professionnelles couvrant les différentes filières culturelles. Des informations relatives à leurs coordonnées mais aussi à leurs activités et à leurs missions y sont présentées de manière détaillée.*

## LA POLITIQUE CULTURELLE

Par sa forte concentration, l'économie de Sainte-Lucie est très dépendante de l'extérieur. C'est pourquoi depuis 17 ans, le gouvernement a développé une stratégie de tourisme culturel structurée et s'est efforcé de diversifier son économie en intégrant une approche de développement durable. Le tourisme (associé au développement d'infrastructures dans le couloir Castries / Gros-Islet) a même récemment détrôné la production de bananes comme principale source de rémunération du pays dans le commerce extérieur. Le tourisme génère environ 12 000 emplois et contribue à hauteur de 11,7 % au PIB<sup>43</sup>. Afin de développer cette activité économique, l'Office de Tourisme de Sainte-Lucie encourage l'organisation d'événements pour les touristes. Ainsi, le gouvernement soutient la dynamique des festivals et des carnivals : le festival de Jazz, le festival de musiques du monde ou encore le Carnaval de Sainte-Lucie. L'attention portée à ces manifestations a le double intérêt de générer des recettes d'exportation mais aussi de promouvoir la culture ainsi que la création traditionnelle et moderne locale. La production artisanale est un élément important de l'activité économique et certains des produits locaux (vanneries, poupées, batiks...) ont un véritable potentiel économique dans le secteur du tourisme. Le Ministère du Tourisme tient compte de cet aspect et a développé et adopté des mesures en faveur de la production artisanale. Le programme Tourisme et Patrimoine de Saint Lucie a mené une étude sur le secteur et sur les possibles facteurs de son développement. Une autre avancée importante est la mise en place d'une coopérative pour l'artisanat et les arts de Sainte-Lucie (Saint Lucia Arts and Crafts Co-operative).

En ce qui concerne la culture à proprement parler, la politique culturelle initiée en 2001 par le gouvernement s'est efforcée de créer un environnement favorable au développement des industries culturelles. Une législation en matière de propriété intellectuelle a été développée mais reste difficilement applicable étant donné l'importance de la piraterie locale. En revanche, un programme d'allègement fiscal incitatif a été mis en place : les membres de la Cultural Development Foundation ont droit à une exemption de taxe à hauteur de 50 % sur l'importation de CD, d'équipements et d'instruments. Les membres de l'industrie du Carnaval bénéficient également de concessions douanières concernant les produits utilisés pour la fabrication de costumes. Cependant, en l'absence d'un régime d'investissement complet et transparent, la participation des investisseurs privés au secteur culturel se limite souvent au mécénat d'événements.

D'autres mécanismes de soutien financier public aux secteurs des industries culturelles ont également été créés. Pour un montant total de 360 000 ECD (139 000 USD), le Fonds de Développement Culturel a soutenu ainsi 54 artistes par l'attribution de subventions et a ainsi fait naître de nombreuses initiatives culturelles.

Pour soutenir le développement de l'industrie musicale, la Fondation pour le Développement Culturel a également mis en place plusieurs initiatives :

- La création du Folk Research Centre ; cet organisme de référence en matière de recherche sur la culture publie le journal Lucian Kaiso, spécialisé sur le calypso de Sainte-Lucie depuis 1990.
- L'organisation du Kaiposium (conférence sur le kaiso) qui offre l'occasion de célébrer les traditions du calypso.

43 - Economic and Social Review 2008, Gouvernement de Sainte-Lucie

Il faut par ailleurs noter la démarche intéressante du *Creative Industries Network* (CIN) créé en 2009 et regroupant des membres à la fois privés et publics. Ce réseau a été créé dans l'objectif de définir une stratégie de renforcement des secteurs de la distribution et de la commercialisation de biens et services culturels, de manière à profiter des nouvelles opportunités générées par la mondialisation et les Accords de partenariat économique (APE). Cependant, les organisations professionnelles manquent de ressources et de compétences pour défendre la présence et la position des filières culturelles tant au niveau local qu'à l'extérieur. Par exemple, l'association STAMP créée il y a quelques années n'est plus active par manque de ressources et de vision à long terme. Toute nouvelle initiative doit donc intégrer ces défis et développer des mécanismes durables pour assurer sa longévité. Le secteur de l'audiovisuel est pour sa part soutenu par la Commission du Film de Sainte-Lucie créée en 1998 et dont la stratégie est davantage tournée vers les recettes d'exportation (en encourageant le tournage de films étrangers sur l'île) que vers la création des conditions de développement du secteur local lui-même.

Concernant les ressources humaines, le gouvernement a élaboré une politique volontariste d'éducation artistique. À titre d'exemple, l'éducation musicale existe dès le système scolaire primaire et secondaire même si son enseignement reste irrégulier. Près de 40 % des écoles de Sainte-Lucie proposent une éducation musicale générale. L'éducation nationale collabore avec l'école de musique de Sainte-Lucie pour former le National Youth Choir, le String Orchestra et le Secondary School Wind Ensemble. Les structures privées sont par ailleurs très actives dans le domaine de l'éducation musicale comme en atteste le rôle central de l'École de Musique de Sainte-Lucie, structure privée soutenue financièrement par le gouvernement. Enfin, le Ministère de l'Éducation envisage de mettre en place une section « arts de la scène » au Sir Arthur Lewis College.

# ÉCONOMIE DES INDUSTRIES CULTURELLES

## APERÇU GÉNÉRAL

La culture tient une place très importante dans la société saint-lucienne et est nourrie d'influences très variées, à la fois africaines, indiennes, françaises et anglaises. La culture en tant qu'activité économique génère des revenus principalement via la filière des arts de la scène, notamment grâce à l'importance des festivals et des carnivals qui rythment la vie culturelle de Sainte-Lucie. Ces manifestations offrent une vitrine exceptionnelle de la culture nationale et permettent ainsi à la production locale de profiter de l'intérêt croissant pour les produits culturels des Caraïbes. De par sa diversité culturelle et linguistique, l'île peut se positionner sur les marchés occidentaux et jouir d'une plateforme relais de distribution de ses produits vers les pays disposant d'une importante diaspora caribéenne.

Cependant, l'économie des entreprises culturelles est freinée par plusieurs sortes de difficultés. D'une part, elle est marquée par l'étroitesse du marché qui limite la rentabilité des investissements. Cette étroitesse est confortée par les caractéristiques géographiques de l'île (paysage montagneux qui renchérit les frais de transport et de distribution).

D'autre part, les entreprises sont confrontées à un manque d'accès aux financements (système bancaire fermé) et au coût élevé des matériels utiles à la production de biens et services. En effet, le prix excessif du matériel importé (notamment le matériel audio), dû en partie aux taxes douanières élevées, constitue un frein au développement de certaines entreprises.

Le faible respect des droits d'auteur contribue, en outre, à réduire les débouchés des entreprises créatives.

S'agissant des professionnels du secteur, de nombreuses structures souffrent d'un manque de personnel spécialisé et regrettent la qualité inégale de la formation artistique en général.

L'enquête révèle enfin que les frais de transports internationaux très élevés pénalisent l'organisation d'événements culturels et que le nombre de salles de spectacles est insuffisant. Ces difficultés ont une incidence importante sur l'économie de la culture saint-lucienne étant donné le potentiel que représentent les arts de la scène. C'est pourquoi des efforts doivent être entrepris pour répondre aux exigences logistiques de cette filière (transport, existence de lieux adéquats...) et offrir les conditions nécessaires à un développement optimal.

*L'enquête a été réalisée auprès d'une cinquantaine de structures. Celle-ci a eu pour principale zone d'action la ville de Castries qui représente l'essentiel de l'activité culturelle et artistique du pays. Parmi les structures ayant répondu à l'enquête 43 % ont accepté de communiquer le nombre de leurs employés et seulement 24 % ont accepté de communiquer leur budget et chiffre d'affaires.*

En ce qui concerne le commerce international, Sainte-Lucie est partie prenante de plusieurs accords régionaux et de commerce préférentiel. Elle est notamment membre du Marché Commun des Caraïbes (CARICOM), de l'Organisation des États des Caraïbes Orientales (OECO). En tant que membre des Pays ACP (Afrique, Caraïbes, Pacifique), elle bénéficie d'un accès préférentiel au marché européen via l'accord de Cotonou, de l'Initiative des États-Unis concernant le bassin des Caraïbes mais aussi des programmes canadiens CARIBCAN. Le pays applique le tarif extérieur commun de la CARICOM à l'exception de quelques produits<sup>44</sup>. Les biens d'équipement importés sont assujettis à des droits de douane de 15 %, les intrants intermédiaires à des droits de 20 %, les produits finis et les produits manufacturés d'usage courant à des droits variant de 25 à 30 %<sup>45</sup>.

Concernant les services, Sainte-Lucie a pris des engagements dans le cadre de l'Accord Général sur le Commerce des Services (AGCS) dans le secteur des services récréatifs, culturels et sportifs : il n'y a pas de limitation en matière d'accès aux marchés ou de traitement national.

*Sainte-Lucie est membre de l'Organisation Mondiale du Commerce depuis 1995. À ce titre et selon la clause de la Nation la Plus Favorisée (NPF) le pays ne peut pas, en principe, établir de discrimination entre ses partenaires commerciaux. S'il accorde à un partenaire une faveur spéciale (en abaissant par exemple le droit de douane perçu sur un de ses produits), il doit le faire pour tous les autres membres de l'OMC.*

44 - Voir annexe I 45 - Pour en savoir plus, voir le rapport de l'examen des politiques commerciales du Secrétariat de l'OMC : [www.wto.org](http://www.wto.org)

En revanche, Sainte-Lucie n'a pas ratifié l'Accord de Florence.

D'après les données collectées pour le rapport « Économie créative 2008 » de la CNUCED et du PNUD, Sainte-Lucie a exporté seulement 2 millions de USD de biens culturels en 2005.

## LA FILIÈRE DU LIVRE ET DE L'ÉDITION

L'intérêt national pour la littérature est très important et a fait naître de grands écrivains comme le célèbre dramaturge Derek Wallcott, prix Nobel de littérature en 1992. Il est cependant impossible de dire qu'il existe une industrie du livre à Sainte-Lucie. L'enquête réalisée auprès des différents maillons de la filière du livre a permis de recenser 24 structures (dont seulement 2 maisons d'édition) générant au moins 188 emplois et 1,4 million de ECD (540 000 USD).

En ce qui concerne l'accès au livre, Sainte-Lucie compte 17 bibliothèques publiques, 10 bibliothèques et centres de documentation d'État et 10 centres d'information spécialisés. On estime qu'il y a 25 534 lecteurs inscrits dans les bibliothèques publiques, soit 15 % de la population<sup>46</sup>.

*Des informations relatives à l'activité des entreprises et des organisations évoluant dans la filière de l'écrit sont disponibles dans la version complète du profil culturel. Les maisons d'édition, les librairies, les journaux et magazines et les bibliothèques (bibliothèques communales, bibliothèques spécialisées, bibliothèque nationale, centres culturels...) sont ainsi recensés sur l'ensemble du territoire. Le profil culturel complet présente de manière détaillée ces organisations : leur spécialisation, les catalogues, ainsi qu'une description des fonds documentaires s'agissant des bibliothèques.*

## LA FILIÈRE DE L'AUDIOVISUEL

Même s'il demeure restreint, le secteur de l'audiovisuel est en pleine croissance. Cette croissance est attribuable en partie au développement du goût pour les vidéos musicales très utilisées comme supports promotionnels. La production audiovisuelle est également encouragée par l'existence de manifestations (comme par exemple le Jour Créole) qui donnent lieu à la création de petits films et de documentaires sur ces célébrations.

L'enquête réalisée sur les différents maillons de la filière audiovisuelle a permis d'identifier 18 structures générant au moins 230 emplois et 5,9 millions ECD (2,2 millions USD).

Comme à la Dominique, c'est surtout autour de l'activité de tournage qu'est concentrée l'économie du film à Sainte-Lucie mais le secteur souffre d'un manque de compétences techniques au sein des différents métiers opérant dans la filière : comédie, montage, lumière et édition.

*Des informations relatives à l'activité des entreprises évoluant dans la filière de l'audiovisuel sont disponibles dans la version complète du profil culturel. Les studios de montage, les maisons de production, les stations de radio et de télévision et les salles de cinéma sont ainsi recensés sur l'ensemble du territoire. Le profil culturel complet présente de manière détaillée ces entreprises : leur spécialisation, leurs références, ainsi des informations techniques relatives à leur activité (matériel disponible, jauge...).*

## LA FILIÈRE DE LA MUSIQUE

Sainte-Lucie est une île fortement imprégnée par les traditions orales. La musique présente des éléments provenant de la musique africaine et de l'Europe de l'Ouest. Elle fait partie intégrante des célébrations et des jours fériés de Sainte-Lucie. Ne disposant que de peu d'opportunités d'enregistrement, les représentations musicales en live et la radio restent la partie essentielle de l'économie locale de la musique.

La taille de l'industrie musicale reste en effet très restreinte et si la renommée de certains musiciens tels que Boo Hinkson et Luther François est parvenue à dépasser les frontières, la musique saint-lucienne est peu connue à l'étranger. Cependant, le secteur de la musique de Sainte-Lucie est en croissance, laquelle est étroitement liée à l'économie des festivals. L'enquête réalisée auprès des différents maillons de la filière musicale – studio d'enregistrement, maisons de production, maisons de distribution, vente au détail, scènes – a permis d'identifier 16 structures générant plus de 100 emplois et 2,3 millions ECD (850 000 USD). Le chiffre d'affaires d'un studio d'enregistrement s'élève à 15 000 ECD (5 800 USD) en moyenne et jusqu'à 120 000 ECD (46 000 USD) par an pour les plus importants.

Malgré la volonté du gouvernement d'offrir un cadre réglementaire structuré, les acteurs de la filière musicale évoluent dans un environnement peu favorable. Les infrastructures sont insuffisantes et, étant donné que les prestations scéniques représentent le maillon le plus lucratif de ce secteur, il est nécessaire que le pays se dote davantage de lieux de qualité. En effet, le principal lieu, le « Cultural Performing Center », pensé initialement comme un équipement temporaire, ne répond pas aux standards physiques et techniques de base. Ainsi, pour les événements de grande ampleur, des lieux à l'air libre sont investis : le parc Mundo Philip, le terrain Gros Beausegour Cricket, le Stade de Vieux Fort, le Complexe VG Sports et les terrains de l'île aux Pigeons.

*Des informations relatives à l'activité des entreprises évoluant dans la filière de la musique sont disponibles dans la version complète du profil culturel. Les studios d'enregistrement, les maisons de production, les maisons de distribution et les salles de spectacles et lieux de diffusion musicale, sont ainsi recensés sur l'ensemble du territoire.*

## LES FESTIVALS

Les festivals et les carnivals constituent à Sainte-Lucie la colonne vertébrale du développement des industries culturelles et du secteur des arts. Ils offrent une forte opportunité promotionnelle pour les artistes de l'île, principalement les musiciens. Ils sont ainsi l'occasion de créer de nouveaux marchés et surtout des recettes extérieures supplémentaires. Fortement liées à la stratégie de développement touristique du pays, ces manifestations induisent indirectement l'amélioration des infrastructures, la conservation du patrimoine culturel, naturel et le développement de l'investissement dans les arts.

Trois festivals de musique importants rythment la vie culturelle de Sainte-Lucie, avec une audience qui fluctue entre 2 000 et 5 000 billets par spectacle. Le prix d'un billet est très élevé : entre 55 et 100 USD.

Le festival le plus important pour la culture moderne de Sainte-Lucie est la Jounen Kweyol (Le jour international créol) qui se déroule chaque année le 28 octobre depuis 1973. La Jounen Kweyol est sponsorisée par le Bannzil Kweyol, une organisation internationale.

Le festival de Jazz est, quant à lui, une véritable attraction et un élément essentiel de la scène musicale locale. Depuis de nombreuses années, il a accueilli une variété d'artistes internationaux de jazz et des talents locaux. L'édition de 2005 a généré des revenus pour l'industrie de la musique locale, rapportant 46 millions de USD. Le festival est sponsorisé par un certain nombre d'entreprises et de groupes dont la BET, chaîne de télévision américaine spécialisée pour un public africain américain. Ce festival est par ailleurs le deuxième festival le plus important de la sous-région, dans la mesure où il a attiré près de 14 000 touristes en 2006 générant 22 millions USD de dépenses locales<sup>47</sup>.

*Les événements culturels – marchés, festivals sur les arts, carnivals – sont également répertoriés dans le profil culturel complet.*

47 - St Lucia Jazz festival, histoire de la création d'un produit culturel, Armelle Chatelier, avril 2007

# ANNEXES

## INFORMATIONS RÉSUMÉES SUR LA DOMINIQUE, HAÏTI ET SAINTE-LUCIE

PAYS	DOMINIQUE	HAÏTI	SAINTE-LUCIE
Population (milliers)	72	9 800	170
Nombre de langues	3	2	NC
Taux d'urbanisation (%)	73,6	47	71
PIB par habitant en PPA (USD)	7 893	1 155	9 786
Indice de Développement Humain	0,814	0,532	0,821
Taux d'alphabétisation des plus de 15 ans (%)	94	62,1	90,1
Taux de pauvreté (%)	32	56	21
Nombre d'emplois recensés par l'enquête dans le secteur des industries culturelles	256	Entre 2 136 et 2 234	Entre 510 et 528

## DROITS DE DOUANE APPLIQUÉS PAR LA DOMINIQUE SUR UN PANEL DE BIENS (2005)

MARCHANDISES SELON LA CODIFICATION DU SYSTÈME HARMONISÉ	MOYENNE DES DROITS AD VALOREM (%)
<b>BIENS CULTURELS DE BASE</b>	
<b>4901 à 4904</b> : Produits de l'édition et de la presse	0
<b>852410</b> : Disques pour électrophones	20
<b>97</b> : Objets d'art, de collection ou d'antiquité	20
<b>BIENS CULTURELS CONNEXES ENTRANT DANS LA PRODUCTION DE BIENS ET SERVICES CULTURELS</b>	
<b>8519</b> : Tourne-disques, électrophones, lecteurs de cassettes et autres appareils de reproduction du son, n'incorporant pas de dispositif d'enregistrement du son	30
<b>8520</b> : Magnétophones et autres appareils d'enregistrement du son	20
<b>852110</b> : Appareils d'enregistrement ou de reproduction vidéophoniques à bandes magnétiques, incorporant également un récepteur de signaux vidéophoniques (à l'exclusion des caméscopes)	20
<b>852210</b> : Lecteurs phonographiques	5
<b>852510</b> : Appareils d'émission, pour la radiotéléphonie, la radiotélégraphie, la radiodiffusion ou la télévision	5
<b>852530</b> : Caméras de télévision (à l'exclusion de caméscopes)	20
<b>852540</b> : Appareils de prise de vues fixes vidéo et autres caméscopes	20
<b>8527</b> : Appareils récepteurs pour la radiotéléphonie, la radiotélégraphie ou la radiodiffusion, même combinés, sous une même enveloppe, à un appareil d'enregistrement ou de reproduction du son ou à un appareil d'horlogerie	20
<b>8528</b> : Appareils récepteurs de télévision, même incorporant un appareil récepteur de radiodiffusion ou un appareil d'enregistrement ou de reproduction du son ou des images; moniteurs vidéo et projecteurs vidéo	20
<b>92</b> : Instruments de musique; parties et accessoires de ces instruments	10

## DROITS DE DOUANE APPLIQUÉS PAR SAINTE-LUCIE SUR UN PANEL DE BIENS (2003)

MARCHANDISES SELON LA CODIFICATION DU SYSTÈME HARMONISÉ	MOYENNE DES DROITS AD VALOREM (%)
<b>BIENS CULTURELS DE BASE</b>	
<b>4901</b> : Livres, brochures et imprimés similaires, même sur feuillets isolés	0
<b>4902</b> : Journaux et publications périodiques imprimés, même illustrés ou contenant de la publicité	20
<b>4903</b> : Albums ou livres d'images et albums à dessiner ou à colorier, pour enfants	20
<b>4904</b> : Musique manuscrite ou imprimée, illustrée ou non, même reliée	0
<b>852410</b> : Disques pour électrophones	35
<b>97</b> : Objets d'art, de collection ou d'antiquité	20
<b>BIENS CULTURELS CONNEXES ENTRANT DANS LA PRODUCTION DE BIENS ET SERVICES CULTURELS</b>	
<b>8519</b> : Tourne-disques, électrophones, lecteurs de cassettes et autres appareils de reproduction du son, n'incorporant pas de dispositif d'enregistrement du son	25
<b>852032</b> : Appareils d'enregistrement et de reproduction du son, sur bandes magnétiques, numériques (autres que machines à dicter ne pouvant fonctionner qu'avec source d'énergie extérieure et répondeurs téléphoniques)	20
<b>852033</b> : Appareils d'enregistrement et de reproduction du son, à cassettes (autres que numériques)	20
<b>852039</b> : Appareils d'enregistrement et de reproduction du son, sur bandes magnétiques (autres que numériques, machines à dicter ne pouvant fonctionner qu'avec source d'énergie extérieure, répondeurs téléphoniques et enregistreurs à cassettes)	20
<b>852090</b> : Appareils d'enregistrement du son, incorporant également un dispositif de reproduction du son (autres qu'appareils d'enregistrement et de reproduction du son utilisant des bandes magnétiques sur bobines)	20
<b>852110</b> : Appareils d'enregistrement ou de reproduction vidéophoniques à bandes magnétiques, incorporant également un récepteur de signaux vidéophoniques (à l'exclusion des caméscopes)	25
Appareils d'enregistrement ou de reproduction vidéophoniques, incorporant également un récepteur de signaux vidéophoniques (autres qu'à bandes magnétiques et à l'exclusion des caméscopes)	25
<b>852210</b> : Lecteurs phonographiques	0
<b>852510</b> : Appareils d'émission, pour la radiotéléphonie, la radiotélégraphie, la radiodiffusion ou la télévision	0
<b>852530</b> : Caméras de télévision (à l'exclusion de caméscopes)	20
<b>852540</b> : Appareils de prise de vues fixes vidéo et autres caméscopes	20
<b>8527</b> : Appareils récepteurs pour la radiotéléphonie, la radiotélégraphie ou la radiodiffusion, même combinés, sous une même enveloppe, à un appareil d'enregistrement ou de reproduction du son ou à un appareil d'horlogerie	20
<b>8528</b> : Appareils récepteurs de télévision, même incorporant un appareil récepteur de radiodiffusion ou un appareil d'enregistrement ou de reproduction du son ou des images; moniteurs vidéo et projecteurs vidéo	20
<b>92</b> : Instruments de musique; parties et accessoires de ces instruments	10

## LA CLASSIFICATION SH 2 DU COMMERCE DES BIENS

01	Animaux vivants
02	Viandes et abats comestibles
03	Poissons et crustacés, mollusques et autres invertébrés aquatiques
04	Lait et produits de laiterie; œufs d'oiseaux; miel naturel; produits comestibles d'origine animale
05	Autres produits d'origine animale
06	Plantes vivantes et produits de la floriculture
07	Légumes, plantes, racines et tubercules alimentaires
08	Fruits comestibles, écorces d'agrumes ou de melons
09	Café, thé, maté et épices
10	Céréales
11	Produits de la minoterie; malt; amidons et fécules; insulines; gluten de froment
12	Graines et fruits oléagineux; graines, semences et fruits divers; plantes industrielles ou médicinales; pailles et fourrages
13	Gommes, résines et autres sucs et extraits végétaux
14	Matières à tresser et autres produits d'origine végétale
15	Graisses et huiles animales ou végétales; produits de leurs dissociations; graisses alimentaires élaborées; cires d'origine animale ou végétale
16	Préparations de viandes, de poissons, de crustacés et de mollusques ou d'autres invertébrés aquatiques
17	Sucres et sucreries
18	Cacao et ses préparations
19	Préparations à base de céréales, de farines, de fécules ou de lait; pâtisseries
20	Préparation de légumes, de fruits ou d'autres parties de plantes
21	Préparations alimentaires diverses
22	Boissons, liquides alcooliques et vinaigres
23	Résidus et déchets des industries alimentaires; aliments préparés pour animaux
24	Tabacs et succédanés de tabac fabriqués
25	Sel, soufre, terres et pierres, plâtres, chaux et ciment
26	Minerais, scories et cendres
27	Combustibles minéraux, huiles minérales et produits de leur distillation; matières bitumineuses; cires minérales
28	Produits chimiques inorganiques; composés inorganiques ou organiques de métaux précieux, d'éléments radioactifs, de métaux des terres rares et d'isotopes
29	Produits chimiques organiques
30	Produits pharmaceutiques
31	Engrais
32	Extraits tannants ou tinctoriaux et leurs dérivés; pigments et autres matières colorantes; peintures et vernis; mastics; encres

33	Huiles essentielles et résinoïdes, produits de parfumerie ou de toilette préparés et préparations cosmétiques
34	Savons; agents de surface organiques; préparations pour lessives; cires; bougies; produits d'entretien; pâtes à modeler; cires pour l'art dentaire
35	Matières aluminosilicatées; produits à base d'amidons ou de féculés modifiés; colles; enzymes
36	Poudres, explosifs; articles de pyrotechnie; allumettes; alliages pyrophoriques; matières inflammables
37	Produits photographiques ou cinématographiques
38	Produits divers des industries chimiques
39	Matières plastiques et ouvrages en ces matières
40	Caoutchouc et ouvrages en caoutchouc
41	Peaux (autres que les pelleteries) et cuirs
42	Ouvrages en cuir; articles de bourrellerie ou de sellerie; articles de voyage, sacs à main et contenants similaires; ouvrages en boyaux
43	Pelleteries et fourrures; pelleteries factices
44	Bois, charbon de bois et ouvrages en bois
45	Liège et ouvrages en liège
46	Ouvrages de sparterie ou de vannerie
47	Pâtes de bois ou d'autres matières cellulosiques; déchets et rébus de papier ou de carton
48	Papiers et cartons; ouvrages en pâte de cellulose, en papier et en carton
49	Produits de l'édition, de la presse ou des autres industries graphiques; textes manuscrits ou dactylographiés et plans
50	Soies
51	Laines, poils fins ou grossiers; fils et tissus de crin
52	Coton
53	Autres fibres textiles végétales; fils de papier et tissus de fils de papier
54	Filaments synthétiques ou artificiels
55	Fibres synthétiques ou artificielles discontinues
56	Ouates, feutres et non-tissés; fils spéciaux; ficelles, cordes et cordages; articles de corderie
57	Tapis et autres revêtements de sol en matières textiles
58	Tissus spéciaux; surfaces textiles touffetées; dentelles; tapisseries; passementeries; broderies
59	Tissus imprégnés, enduits, recouverts ou stratifiés; articles techniques en matières textiles
60	Étoffes de bonneterie
61	Vêtements et accessoires du vêtement, en bonneterie
62	Vêtements et accessoires du vêtement, autres qu'en bonneterie
63	Autres articles textiles confectionnés; assortiments; friperies et chiffons
64	Chaussures, guêtres et articles analogues; parties de ces objets
65	Coiffures et parties de coiffures
66	Parapluies, ombrelles, parasols, cannes, cannes-sièges, fouets, cravaches et leurs parties
67	Plumes et duvet apprêtés et articles en plumes ou en duvet; fleurs artificielles; ouvrages en cheveux

<b>68</b>	Ouvrages en pierres, plâtre, ciment, amiante, mica et matières analogues
<b>69</b>	Produits céramiques
<b>70</b>	Verre et ouvrages en verre
<b>71</b>	Perles fines ou de culture, pierres gemmes ou similaires, métaux précieux, plaqués ou doublés ; bijouterie de fantaisie ; monnaies
<b>72</b>	Fonte, fer et acier
<b>73</b>	Ouvrages en fonte, fer ou acier
<b>74</b>	Cuivre et ouvrages en cuivre
<b>75</b>	Nickel et ouvrages en nickel
<b>76</b>	Aluminium et ouvrages en aluminium
<b>77</b>	Plomb et ouvrages en plomb
<b>79</b>	Zinc et ouvrages en zinc
<b>80</b>	Étain et ouvrages en étain
<b>81</b>	Autres métaux communs ; cermets ; ouvrages en ces matières
<b>82</b>	Outils et outillage, articles de coutellerie et couverts de table, en métaux communs ; parties de ces articles, en métaux communs
<b>83</b>	Ouvrages divers en métaux communs
<b>84</b>	Réacteurs nucléaires, chaudières, machines, appareils et engins mécaniques ; parties de ces machines ou appareils
<b>85</b>	Machines, appareils et matériels électriques et leurs parties ; appareils d'enregistrement ou de reproduction du son ou des images ; parties et accessoires
<b>86</b>	Véhicules et matériel pour voies ferrées ou similaires et leurs parties ; appareils mécaniques de signalisation pour voies de communications
<b>87</b>	Voitures automobiles, tracteurs, cycles et autres véhicules terrestres ; leurs parties et accessoires
<b>88</b>	Navigation aérienne ou spatiale
<b>89</b>	Navigation maritime ou fluviale
<b>90</b>	Instruments et appareils d'optique, de photographie ou cinématographie, de mesure, de contrôle ou de précision ; médico-chirurgicaux ; parties et accessoires
<b>91</b>	Horlogerie
<b>92</b>	Instruments de musique ; parties et accessoires de ces instruments
<b>93</b>	Armes, munitions et leurs parties et accessoires
<b>94</b>	Meubles ; appareils d'éclairage ; enseignes lumineuses ; plaques indicatrices ; luminaires et articles similaires ; constructions préfabriquées
<b>95</b>	Jouets, jeux, articles pour divertissement et pour sports ; leurs parties et accessoires
<b>96</b>	Ouvrages divers
<b>97</b>	Objets d'art, de collection ou d'antiquité
<b>99</b>	Divers

# GLOSSAIRE

---

## **ADPIC (Aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce)**

L'Accord sur les ADPIC a pour but d'intégrer les droits de propriété intellectuelle (droits d'auteur, marques de fabrique ou de commerce, brevets, etc.) dans le système GATT/OMC (Organisation Mondiale du Commerce). Il s'agit d'une partie de plus en plus importante du commerce international.

Cet accord stipule que le niveau minimal de protection de la propriété intellectuelle doit être en conformité avec les obligations fondamentales des principales conventions de l'OMPI (Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle), de la Convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle et de la Convention de Berne pour la protection des œuvres littéraires et artistiques. L'accord applique les principes du système commercial aux droits de propriété intellectuelle. Il comporte aussi des dispositions pour protéger au mieux ces droits de propriété intellectuelle et assurer leur protection au travers de dispositions qui répriment la contrefaçon et le piratage. Enfin, il prévoit pour la résolution des conflits relatifs à l'application de cet accord, le recours aux procédures de règlement des différends de l'OMC.

Des dispositions transitoires fixent les délais suivants pour que les États membres de l'OMC puissent adapter leur législation aux principes de l'ADPIC : jusqu'au 1<sup>er</sup> janvier 1996 pour les pays industrialisés, jusqu'au 1<sup>er</sup> janvier 2000 pour les pays en développement et ceux en transition et jusqu'au 1<sup>er</sup> janvier 2006 pour les pays les moins avancés.

---

## **AGCS ou GATS (Accord général sur le commerce des services)**

L'AGCS est un instrument adopté lors du Cycle de l'Uruguay pour le commerce des services, y compris les services culturels. Il s'agit du premier ensemble de règles approuvées dans le cadre d'un accord multilatéral, applicable juridiquement au commerce international des services. Les Membres de l'OMC acceptent des engagements dans le cadre de l'AGCS en vertu desquels ils doivent déclarer quels sont les secteurs qu'ils sont disposés à ouvrir à la concurrence étrangère et dans quelle mesure ces marchés sont ouverts.

---

## **Biens, services, activités culturels**

La définition et la délimitation des biens et services culturels fait l'objet de nombreux débats au sein de la communauté internationale. Il existe une diversité de termes utilisés : « industries culturelles », « industries du droit d'auteur », « industries du contenu », « économie du savoir »...

Définition de l'UNESCO des activités, biens et services culturels :

*« activités, biens et services qui, dès qu'ils sont considérés du point de vue de leur qualité, de leur usage ou de leur finalité spécifiques, incarnent ou transmettent des expressions culturelles, indépendamment de la valeur commerciale qu'ils peuvent avoir. Les activités culturelles peuvent être une fin en elles-mêmes ou contribuer à la production de biens et services culturels ».*

L'économie de la culture inclut plus largement :

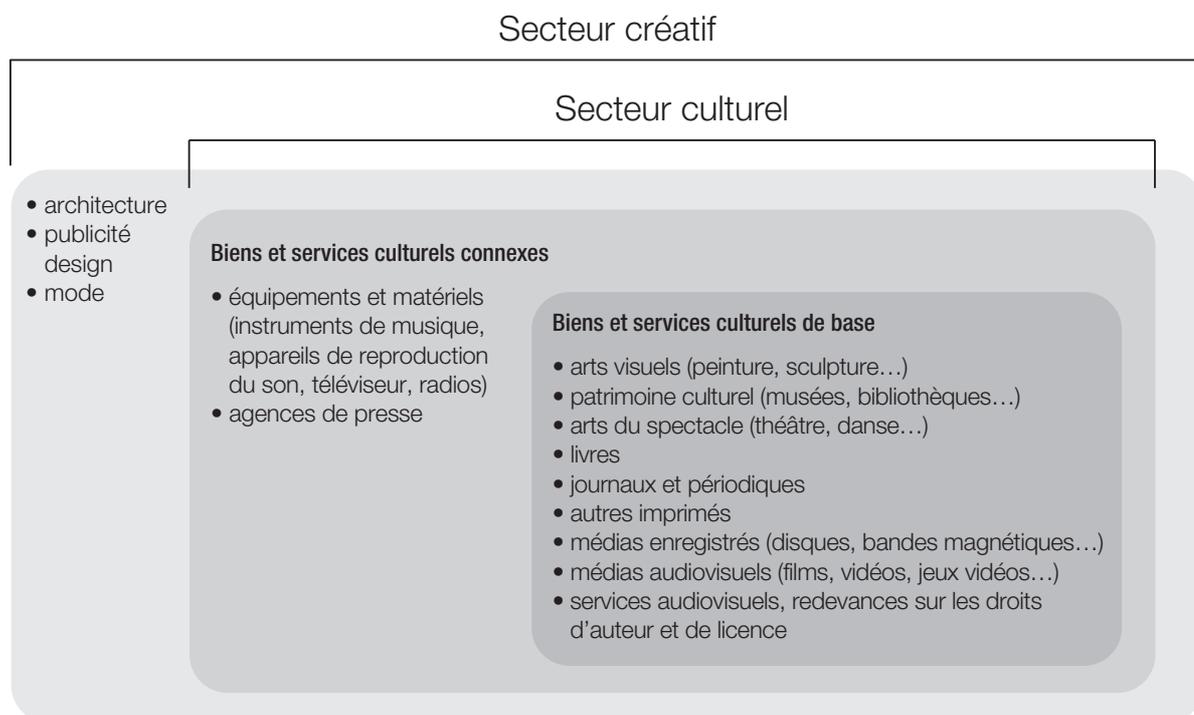
- Le secteur culturel : secteurs industriels et non industriels. La culture y fait l'objet d'un produit de consommation finale qu'il soit non-reproductible comme les arts traditionnels (arts visuels, patrimoine culturel, arts du spectacle) ou reproductible comme les industries culturelles (médias audiovisuels, livres, journaux, périodiques, musique).
- De manière plus large, le secteur créatif regroupe les produits issus de la créativité, du savoir-faire et du talent des hommes et liés à la propriété intellectuelle. Au secteur culturel, s'ajoutent ainsi des secteurs comme le design, l'architecture ou la publicité.

Il existe d'autre part une distinction entre biens et services culturels :

- Les biens culturels sont des biens de consommation qui véhiculent des idées, des valeurs symboliques et des modes de vie, qui informent ou distraient, contribuent à forger et à diffuser l'identité collective tout comme à influencer les pratiques culturelles. Protégés par le droit d'auteur, ils résultent de la créativité individuelle ou collective qui se transmet sur des supports susceptibles d'être reproduits et multipliés par des procédés industriels et distribués ou diffusés massivement. Livres, revues, enregistrements sonores, films, vidéos, séries audiovisuelles, produits multimédia, logiciels, produits de l'artisanat et design constituent l'offre culturelle, riche et diversifiée, mise à la disposition du public.
- Les services culturels sont des activités qui, sans prendre la forme de biens matériels, répondent à une idée ou à une nécessité d'ordre culturel et se traduisent par des mesures d'appui à des pratiques culturelles que les États, les institutions publiques, les fondations, les entreprises privées ou mixtes, mettent à la disposition de la communauté et qui incluent, entre autres, la promotion des spectacles ainsi que la conservation et l'information culturelles (bibliothèques, archives, musées, etc.). Ces services peuvent être gratuits ou payants.

Le terme de « produits » culturels est généralement considéré comme englobant les deux concepts.

Parmi les biens et services culturels, on distingue également les produits de base qui sont directement associés au contenu culturel et les produits connexes liés aux services, à l'équipement, ainsi qu'aux matériels qui servent à la création, à la production et à la distribution des produits culturels de base.



---

## **Droits d'auteur et droits voisins**

Le droit d'auteur consiste en la reconnaissance du droit exclusif de l'auteur à disposer de son œuvre, à titre gratuit ou onéreux, et de l'exploiter selon son libre arbitre, en exerçant les prérogatives morales que lui reconnaît la loi. La législation sur le droit d'auteur est complétée par les droits dénommés « voisins » qui protègent les artistes, les interprètes ou exécutants des œuvres, les producteurs de phonogrammes et les organismes de radiodiffusion.

Les droits des créateurs d'œuvres littéraires et artistiques (par exemple, les livres et autres œuvres écrites, les compositions musicales, les peintures, les sculptures, les programmes informatiques et les films cinématographiques) sont protégés par le droit d'auteur pour une durée minimale de 50 ans après le décès de l'auteur.

Les droits voisins reconnaissent aux artistes l'exclusivité d'autoriser la reproduction et la communication publique de leurs interprétations et exécutions. Ils reconnaissent aux producteurs de phonogrammes l'exclusivité d'autoriser la reproduction, la distribution et la communication publique de leurs enregistrements sonores. Les organismes de radiodiffusion jouissent du droit exclusif d'autoriser l'émission, la retransmission par satellite, l'enregistrement et la communication publique de leurs émissions.

Les sociétés de gestion collective de droits d'auteur sont des organismes créés par les auteurs et autres titulaires du droit d'auteur et des droits voisins, avec la mission spécifique d'autoriser en leur nom l'utilisation des œuvres protégées, en gérant la perception et la distribution des bénéfices tirés de leur exploitation économique et réalisés par de tierces personnes (reproduction et communication publique) quand ladite exploitation ne peut être gérée de façon individuelle par le titulaire en raison de sa complexité et de son étendue. Ces organismes, créés à l'origine dans le milieu de la musique et du théâtre, ont vu leur action s'étendre à des champs aussi variés que le cinéma et l'audiovisuel, la reprographie, le multimédia et, plus récemment, les réseaux de communication électronique, permettant ainsi, dans ce nouveau contexte, à la fois d'assurer la défense du droit d'auteur et de répondre aux nécessités pratiques des usagers.

---

## **DSRP (Document de stratégie pour la réduction de la pauvreté)**

Les documents de stratégie pour la réduction de la pauvreté (DSRP) sont établis par les gouvernements des pays à faible revenu selon un processus participatif dans lequel s'impliquent à la fois les parties prenantes au niveau national et les partenaires extérieurs du développement, dont le Fonds Monétaire International et la Banque Mondiale. Le DSRP décrit les politiques et les programmes macroéconomiques, structurels et sociaux qu'un pays mettra en œuvre pendant plusieurs années pour promouvoir la croissance et réduire la pauvreté ; il expose aussi les besoins de financement extérieur et les sources de financement connexes.

---

## **Économie informelle**

Ensemble d'activités économiques, de travailleurs et d'unités économiques qui ne sont pas couverts par des dispositions formelles. Ces activités n'entrent pas dans le champ de d'application de la loi ; ces travailleurs et unités opérant en marge.

---

## **Économie souterraine**

Elle regroupe les activités qui échappent aux règles économiques et sociales et à l'intervention de l'État. Ces activités ne donnent lieu à aucun prélèvement obligatoire (fiscal ou social) et faussent le jeu de la libre concurrence par rapport aux activités légales, soit du fait de leur propre activité, soit du fait de l'intégration de sommes provenant d'activités délictueuses ou criminelles.

Elle comprend l'économie souterraine générée par le travail au noir, l'économie générée par les délits économiques ainsi que l'économie générée par les activités criminelles.

---

## Industries culturelles

Industries caractérisées principalement par la reproductibilité de l'oeuvre originale produite, traitée et transmise au moyen de technologies, par la part importante de la création et par le non salariat des créateurs<sup>48</sup>. Elles se composent de filières – son, image, écrits et imprimés – structurées en fonctions distinctes dont l'articulation et la succession permettent de produire, traiter, et mettre le produit culturel à la disposition du public. Le concept peut s'étendre au design, à l'architecture, à la fabrication d'instruments de musique et à la publicité. On parle alors plutôt « d'industries créatives ».

Les industries culturelles ajoutent aux œuvres de l'esprit une plus value de caractère économique qui génère en même temps des valeurs nouvelles, pour les individus et pour les sociétés. Tout en contribuant à la préservation et à la promotion de la diversité culturelle, ainsi qu'à la démocratisation de l'accès à la culture, elles sont des gisements importants pour l'emploi et pour la création de richesses. En effet, elles favorisent la créativité, qui est leur « matière première » fondamentale, mais elles permettent également d'innover en termes de production et de distribution.

---

## GATT (Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce)

Accord général de libre-échange entre les principaux pays industrialisés du monde datant de 1947, devenu une institution internationale en 1993 avec l'OIC (Organisation Internationale du Commerce) puis en 1995 avec l'OMC (Organisation Mondiale du Commerce).

Tout au long de ses 47 premières années, le GATT s'est vu complété par d'autres accords multilatéraux et plurilatéraux (c'est-à-dire fondés sur l'adhésion *volontaire* et non pas automatique de tous ses membres) s'ajoutant à l'accord initial, dans le but de réduire de plus en plus les tarifs douaniers et autres obstacles au commerce. Ces nouveaux accords ont été obtenus grâce à une série de « *Rounds* » ou cycles de négociation commerciale. Le GATT *en tant qu'organisation ad hoc* n'existe plus depuis la naissance de l'OMC, mais le GATT *en tant qu'accord* constitue désormais le principal recueil de règles de l'OMC pour ce qui est du commerce des marchandises.

---

## IDH (Indice de développement humain)

L'IDH est un indicateur de mesure du développement humain. Il présente un niveau moyen pour chaque pays en tenant compte de 3 aspects essentiels :

- longévité et santé, représentées par l'espérance de vie ;
- instruction et accès au savoir représentés par le taux d'alphabétisation des adultes et le taux brut de scolarisation, tous niveaux confondus ;
- possibilité de disposer d'un niveau de vie décent représenté par le PIB par habitant (en parité de pouvoir d'achat).

---

## Niveau d'instruction

Indice qui mesure le niveau atteint par un pays en termes d'alphabétisation des adultes et d'enseignement (taux brut de scolarisation combiné dans le primaire, le secondaire et le supérieur).

48 - Miège, 2000. Ménard, 2004.

---

## **OMC (Organisation mondiale du commerce)**

L'Organisation Mondiale du Commerce est un organisme intergouvernemental à caractère permanent chargé de régler les relations commerciales entre ses États membres, au moyen d'accords multilatéraux. Sa création a consacré les résultats du Cycle de l'Uruguay qui ont permis un élargissement du champ de compétence du GATT en ce qui concerne le commerce des services ainsi que les aspects de la propriété intellectuelle (droit d'auteur et propriété industrielle) qui touchent au commerce. La tâche principale de l'OMC consiste à appliquer les accords commerciaux adoptés par ses États membres, à servir de forum pour les négociations commerciales, à résoudre les différends commerciaux ainsi qu'à examiner les politiques commerciales nationales.

L'approbation des résultats du Cycle de l'Uruguay et la création de la nouvelle organisation ont fait l'objet de la Déclaration de Marrakech, signée en avril 1994. L'OMC est entrée en fonction le 1<sup>er</sup> janvier 1995. Aujourd'hui elle compte 150 membres, qui représentent plus de 90 % du commerce mondial. Une trentaine d'autres pays négocient actuellement leur accession à cette organisation.

Il n'existe pas au sein de l'Organisation Mondiale du Commerce d'accord spécifiquement dédié au commerce des biens et services culturels mais ses principes ont des implications significatives sur celui-ci. S'il existe des clauses spéciales relatives aux films cinématographiques permettant d'imposer des quotas à l'écran et aux mesures destinées à protéger les « trésors nationaux de valeur artistique, historique ou archéologique », les autres biens et services culturels sont soumis aux obligations du GATT (accord général sur les tarifs douaniers et le commerce) et du GATS (accord général sur le commerce des services).

C'est pourquoi, la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles adoptée par l'UNESCO le 20 octobre 2005 constitue un outil indispensable à la préservation de cette diversité dans un contexte où celle-ci est menacée par la mondialisation.

---

## **PIB (Produit intérieur brut)**

Le produit intérieur brut est un indicateur qui mesure le niveau de production d'un pays. Il est défini comme la valeur totale de la production interne de biens et services dans un pays donné au cours d'une année donnée par les agents résidant à l'intérieur du territoire national. La parité du pouvoir d'achat apporte une correction au PIB en tenant compte du pouvoir d'achat réel, très variable d'un pays à l'autre.

# BIBLIOGRAPHIE

## OUVRAGES ET DOCUMENTS DE TRAVAIL

- Bibliothèques Sans Frontières, *Note sur les besoins en terme de lecture en Haïti*, 2008.
- 
- Burke S., *Actions for our creative eco-systems, country reports*, Organisation of Eastern Caribbean States, 2009.
- 
- D'Almeida F., Alleman Marie-lise, *Les industries culturelles des pays du Sud, enjeux du projet de convention sur la diversité culturelle*, OIF, août 2004.
- 
- CNUCED – PNUD, *Creative economy report 2008*, 2008.
- 
- Ménard M., *Éléments pour une économie des industries culturelles*, SODEC, 2004.
- 
- Ministère de l'Éducation, du Développement des Ressources Humaine, de la Jeunesse et des Sports de Sainte-Lucie, *Rapport sur l'éducation artistique*, 2005.
- 
- Ministère de la Planification et de la Coopération Extérieure d'Haïti, Document de stratégie nationale pour la croissance et pour la réduction de la pauvreté 2008-2010, novembre 2007.
- 
- Salmon JM., Lesales M., *Market access issues for cultural goods and services in the European Union: another story of luck and burden*, 2004.
- 
- Nations Unies, ECLAC, *Statistical Yearbook for Latin America and the Caribbean*, 2006.
- 
- Nurse K., *Festival Tourism in the Caribbean*, 2001.
- 
- Nurse K., *The Caribbean Music Industry*, 2001.
- 
- OMC, *Examen des politiques commerciales - Dominique*, 2007.
- 
- OMC, *Examen des politiques commerciales - Sainte-Lucie*, 2007.
- 
- OMC, *Examen des politiques commerciales – Haïti*, 2003.
- 
- UNESCO, *Tendances des marchés audiovisuels, perspectives régionales – vues du Sud*, 2006.
- 
- Union Internationale de la Télécommunication, *ICTs in the Eastern Caribbean: Saint Lucia Case Study*, 2004.
- 

## ARTICLES

- Alterpresse, *L'éducation par les arts*, 2003.
- 
- Alterpresse, *Haïti / Cinéma : Festival du film d'Haïti*, 2009.
- 
- Alterpresse, *Haïti rejoint CARICOM*, 2006.
- 
- Alterpresse, *Haïti : le goût de la musique*, 2005.
- 
- Chatelier A., *St Lucia Jazz festival, histoire de la création d'un produit culturel*, Sud Planète, 2007.
- 
- Banque Mondiale, Republic of Haïti - poverty reduction strategy paper and joint ida - imf staff advisory note, 2008.
- 
- Delma V., *Des acteurs de l'industrie musical ont lancé un réseau professionnel caribéen*, Signal FM Haïti, 2009
-

- Dions-Viens D., *Haïti à l'heure des défis : le livre, denrée rare*, Cyberpresse. ca, 2008.
- 
- Egset W. et Sletten P., *La pauvreté en Haïti – Profil de la pauvreté à partir des données de l'ECVH*, 2005.
- 
- Gilles C., *Haïti : pays faible, littérature forte*, Syfia International, 2006.
- 
- Gotson P., *Panorama critique du paysage radiophonique en Haïti*, Medialternatif, 2001.
- 
- Haïti Webs, *Inauguration du Bureau haïtien du droit d'auteur*, 2007.
- 
- Latry V., *Industrie de la musique haïtienne, rêve ou réalité*, Nationssoleil 2008.
- 
- Latry V., *Musique haïtienne : studios d'enregistrement et techniciens du son*, Nationssoleil, 2008.
- 
- Mediaterre, *le cinéma d'Haïti marque des points à l'étranger*, 2006.
- 
- Ministère de la Culture et de la Communication d'Haïti, *Quel avenir pour l'audiovisuel haïtien*, 2009.
- 
- Nurse K., *The cultural industries in CARICOM, Trade and Development Challenges*, 2007.
- 
- PACE, *Caribbean Audio-Visual Network is established*, 2009.
- 
- Roc N., *La culture haïtienne est-elle en péril ?*, 2009.
- 
- Salahi K., *Caribbean publishers form CAPNET, Belleagio Publishing Network*, 2000.
- 
- La radiodiffusion et la télédiffusion en Haïti*, Alliance Haïti.
- 
- Schaaf B., *The Power of Haitian Cinema : FFJ Continues to Expand*, 2008.
- 
- Jacobs S., *Film industry blooms in volatile Haïti*, USA Today, 2007.
- 

## SITES INTERNET

- [www.ahchaiti.populus.org](http://www.ahchaiti.populus.org), Association Haïtienne des Cinéastes
- <http://haiti.buildingmarkets.org>, Informations sur le marché haïtien
- [www.carib-export.com](http://www.carib-export.com), Unité de Développement des Exportations de l'Organisation des États de Caraïbes de l'Est
- [www.census.gov](http://www.census.gov), Bureau d'enquêtes des États-Unis
- [www.cia.gov](http://www.cia.gov), Agence Centrale de Renseignement
- <http://comtrade.un.org/>, Division statistiques de Nations Unies
- [www.da-academy.org](http://www.da-academy.org), Académie des Arts et des Sciences de la Dominique
- [www.eccorights.com](http://www.eccorights.com), Organisation de collecte des droits musicaux de la Caraïbe orientale
- [www.eclac.org](http://www.eclac.org), Commission économique de l'Amérique Latine et des Caraïbes
- [www.education.gov.lc](http://www.education.gov.lc), Ministère de l'Éducation de Sainte-Lucie
- [www.ethnologue.com](http://www.ethnologue.com), Langues du Monde
- [www.haiti-reference.com](http://www.haiti-reference.com), Guide de référence sur Haïti
- [www.investdominica.dm](http://www.investdominica.dm), Site sur les investissements et les opportunités d'affaire en Dominique
- [www.medialternatif.org](http://www.medialternatif.org), Réseau alternatif haïtien d'information
- [www.oas.org](http://www.oas.org), Observatoire Interaméricain des politiques culturelles

- [www.oecs.org](http://www.oecs.org), Organisation des États de Caraïbes de l'Est
- [www.oecsculture.com](http://www.oecsculture.com), Réseau culturel de l'OECS
- [www.slcsi.org](http://www.slcsi.org), Coalition des Industries du Service de Sainte-Lucie
- [www.stats.uis.unesco.org](http://www.stats.uis.unesco.org), Institut de Statistiques de l'UNESCO
- [www.stats.gov.lc](http://www.stats.gov.lc), Office National de statistique de Sainte-Lucie
- [www.stluciafolk.org](http://www.stluciafolk.org), Centre de recherche populaire de Sainte-Lucie
- [www.unesco.org](http://www.unesco.org), Organisation des Nations Unies pour l'Éducation, la Science et la Culture
- [www.unfpa.org](http://www.unfpa.org), Fonds des Nations Unies pour la Population
- [www.unicef.org](http://www.unicef.org), Fonds des Nations Unies pour l'Enfance
- [www.unpd.org](http://www.unpd.org), Programme des Nations Unies pour le Développement
- [www.wipo.int](http://www.wipo.int), Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle
- [www.wto.org](http://www.wto.org), Organisation Mondiale du Commerce
- [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)
- [www.xe.com](http://www.xe.com), Convertisseur Universel de monnaies

**ISBN 978-92-9028-339-3**

Profil culturel des pays du sud membres de la Francophonie.

Un aperçu de trois pays de la Caraïbe : la Dominique, Haïti, Sainte-Lucie

2011

## **L'Organisation internationale de la Francophonie (OIF) est une institution fondée sur le partage d'une langue, le français, et de valeurs communes.**

Elle rassemble à ce jour cinquante-six États et gouvernements membres et dix-neuf observateurs, totalisant une population de 890 millions de personnes.

L'OIF apporte à ses pays membres un appui dans l'élaboration de leurs politiques et mène des actions politiques et de coopération conformément aux grandes missions tracées par le Sommet de la Francophonie et le Cadre stratégique décennal.

Dans le cadre de ces missions, l'OIF s'est notamment engagée à promouvoir la diversité culturelle et à appuyer le développement des filières culturelles des pays du Sud de la Francophonie.

Dans cette perspective, elle se propose d'accompagner les autorités nationales et les organisations professionnelles de ces pays pour la mise en place de systèmes d'information sur l'économie culturelle. La disponibilité d'informations fiables sur ce secteur est en effet un préalable décisif pour la définition et la mise en œuvre de politiques publiques adaptées à son développement.

À cet effet, un programme d'identification du champ des industries culturelles a été lancé dans quatre zones géographiques : Afrique de l'Ouest, Asie du Sud-Est et Pacifique, Caraïbe, Afrique Centrale. Les résultats obtenus donnent lieu à la publication du profil culturel des pays couverts.

Cette publication est consacrée à trois pays de la Caraïbe : la Dominique, Haïti et Sainte-Lucie. Conçue par des spécialistes de l'économie de la culture sur la base d'enquêtes de terrain, elle propose un panorama aussi complet que possible des industries culturelles de ces trois pays, en mettant en valeur leurs forces et leurs faiblesses, et en les resituant dans leur environnement institutionnel.

### **À PARAÎTRE DANS LA MÊME COLLECTION :**

- Profil culturel du Burkina Faso, de la Côte d'Ivoire et du Sénégal.
- Profil culturel du Cambodge, du Laos, du Vietnam et du Vanuatu.
- Profil culturel du Cameroun, du Congo et du Gabon.