

Document de projet

CNUCED

**La réduction de la Pauvreté au moyen du renforcement
des capacités productives et de l'expansion du commerce
dans l'industrie de la musique au MALI**

Contexte

Les caractéristiques inégales relatives à l'expérience contemporaine de la mondialisation suggèrent clairement que la prospérité mondiale n'est pas partagée de manière équitable entre tous les pays. La mondialisation présente des défis de développement qui peuvent être décourageants pour les pays africains. Ainsi, comme l'a mis en lumière le Rapport 2004 de la CNUCED sur les Pays les moins avancés, la forme de l'intégration dans l'économie mondiale reste primordiale. En effet, la plupart des PMA africains reste marginalisée et ne bénéficie donc pas des avantages qu'offre la mondialisation, ceci s'expliquant largement par la spécialisation des exportations de ces pays à partir de produits ayant un rendement d'échelle décroissant. Ce constat négatif résulte du cercle vicieux de la pauvreté, de la marginalisation des pays et de ce que l'on appelle "le piège international de la pauvreté" (CNUCED, Rapport sur les Pays les Moins Avancés, 2002, 2004).

Cependant, la récente forte croissance du secteur des industries créatives montre résolument de nouvelles opportunités dans la tendance actuelle de la mondialisation et de l'ouverture de l'économie mondiale pour les PMA du continent africain. Ces opportunités permettraient ainsi d'intégrer l'économie mondiale de manière plus équitable et symétrique (CNUCED XI, Sao Paulo, Brésil, 2004). En conséquence, l'intégration de l'agenda des industries créatives dans le débat des stratégies de développement économique représente aujourd'hui un défi politique pour les PMA.

Les industries créatives et l'économie créative

L'économie créative renvoie au cycle de la création, la production et la distribution de biens et services qui requièrent le savoir, la créativité et le capital intellectuel comme ressources productives premières. L'économie créative illustre le potentiel croissant de tels biens intangibles comme déterminants principaux de la compétitivité internationale. Par les moyens numériques et l'avance technologique s'y rattachant, l'économie créative a été mise au premier plan du développement économique mondial.

Les industries créatives sont au centre de la récente économie appelée créative ; ces industries produisent et distribuent des biens et services centrés sur les textes, les symboles et les images. Elles sont un pôle d'activités reposant sur le savoir qui combine le talent créatif avec le progrès technologique et les techniques permettant d'incorporer une valeur ajoutée aux biens intellectuels les constituant. Dans tous les cas, ces activités sont élaborées grâce à des arrangements institutionnels et des règles formelles relatifs à l'accès aux droits de la propriété intellectuelle ainsi qu'à leurs usages. En tant que telles, elles constituent un vaste champ allant des produits artisanaux aux arts du spectacle et arts visuels, l'industrie du disque, du cinéma et de l'audiovisuel, mais également le multimédia incluant l'industrie numérique, l'édition et les divertissements. Elles représentent l'un des secteurs les plus dynamiques du commerce mondial. Bien que certaines de ces activités aient longtemps été considérées comme des activités économiques traditionnelles, elles n'ont été identifiées que très récemment comme un secteur économique bien distinct, méritant l'attention des dirigeants politiques. Ces industries représentent une nouvelle source de création de richesses, de croissance économique et de diversification des exportations. Ce secteur est déjà l'un des plus rapides secteurs économiques en termes de croissance dans l'économie mondiale ; « durant la

dernière décennie, la croissance annuelle de l'économie créative dans les pays de l'OCDE était le double de celle de l'industrie des services et quatre fois plus élevée que celle de la production industrielle, en général».

Le secteur des industries créatives prend une importance croissante dans les pays du Sud, pas tant comme le symbole d'une vitalité culturelle mais plus comme un moyen d'assurer des recettes, créer de nouveaux emplois, générer des devises et construire des communautés locales et une société civile.¹ Les industries créatives commerciales comprennent, entre autres, les produits des artistes et des travailleurs des industries de l'édition, de l'audiovisuel, de la musique et de l'industrie du spectacle. Le potentiel est immense, et pourtant la plupart des PMA africains n'ont pas pu exploiter les vastes ressources culturelles locales et créer ainsi des compétences appropriées pour profiter pleinement des opportunités que présente la mondialisation.

Les industries créatives créent des emplois, des recettes et de nouvelles voies de développement sur une échelle qui dépasse largement le potentiel économique des secteurs liés aux produits de base traditionnels. Pourtant, la production de biens et services des industries créatives se limite davantage à quelques pays développés du Nord, laissant les pays en développement réduits à la seule consommation de produits créatifs venant de l'extérieur. Aussi, accompagnant une demande croissante pour les biens et services culturels de ces industries, la nécessité de développer des activités de conseil politique et stratégique à l'égard des PMA africains se fait de plus en plus pressante pour que ces derniers deviennent des acteurs plus actifs sur ces marchés mondiaux nouveaux et lucratifs.

Pourquoi les industries créatives? Le secteur a connu la plus forte croissance pendant la dernière décennie, s'élevant approximativement à 7% du PNB mondial, représentant ainsi des millions d'emplois (les estimations incluent plus de 110 milliards de livres sterling de recettes et 1.3 million d'emplois et ce, rien que pour le Royaume-Uni ; les autres pays de l'OCDE ont connu des taux de croissance annuels allant de 10% à 20%). Cette tendance s'est accélérée grâce aux progrès technologiques et à la libéralisation économique, conduisant de fait à des systèmes de production et de distribution menés à une échelle mondiale. Cette croissance continue est alimentée par des innovations constantes et des synergies évoluant sans cesse, à la fois entre les pays et entre les technologies, en particulier, dans l'industrie du film, de la télévision et de l'informatique.

La CNUCED a identifié ce secteur comme un axe prioritaire pour le continent africain, offrant de nouvelles opportunités économiques et favorisant l'investissement et le commerce (CNUCED, 2000). En outre, ces industries créatives permettent de nombreuses externalités positives dans le domaine social et culturel. Avec des industries créatives nationales fortes et solides, l'Afrique a des chances de mettre fin à la pauvreté culturelle, du fait que ces industries créatives restent le moyen privilégié pour préserver la diversité culturelle et réduire ainsi la menace d'une homogénéisation culturelle. Quelques pays africains, tels que l'Afrique du Sud, le Nigeria, le Sénégal, le Mali, le Burkina-Fasso et d'autres ont déjà posé les jalons

¹ Selon l'Association pour la propriété intellectuelle aux Etats-Unis, l'industrie des droits d'auteur est estimée à une valeur de 360\$ milliards et emploie 1.5 million de personnes, faisant de cette industrie un secteur plus rentable que l'industrie de l'automobile, de l'agriculture ou encore de l'aérospatial. En France, Grande Bretagne, Allemagne et Espagne, le secteur des industries créatives représente 3% du PNB. Dans les pays en développement pour lesquels les données statistiques sont disponibles, ce secteur varie entre 2 à 3% du PNB.

dans ce sens et ont réussi à s'imposer, mais d'autres pays sont encore loin derrière. Ayant établi ce constat, dans plusieurs pays, les ministères du développement économique ont pris la décision de cibler ce secteur, mission traditionnellement attribuée aux ministères de la culture ou du patrimoine. En effet, ces questions ont été plutôt mises de côté des ministères traditionnellement en charge des industries créatives, pas seulement du fait des avantages en termes d'emploi et de revenus, mais aussi parce que ces industries permettent un accès aux industries basées sur le savoir avec les avantages qui en découlent tels que le principe du "learning by doing" ou "connaissance par la pratique" et l'acquisition de nouvelles compétences pour d'autres applications.

Les industries créatives représentent une nouvelle et importante source de croissance économique et de développement, ainsi qu'un pôle dynamique de nouvelles activités économiques, à la fois dans les pays développés que dans les pays en développement. C'est pourquoi un cadre stratégique adapté et nécessaire pour le développement, doit représenter un nouvel axe de recherche et d'activités opérationnelles. Toutefois, ce secteur n'a pas reçu, jusqu'à présent, la reconnaissance suffisante, ni n'a été suffisamment exploré comme piste de développement dans le contexte de la plupart des PMA africains.

L'industrie de la Musique mondiale et nationale

➤ L'industrie de la musique au niveau mondial

The relevance of creative industries as one of the leading sectors in the post-industrial transformation of developed economies has grown rapidly in recent years (UNCTAD, 2000, 2003 2004). At the same time the role of this newly identified sector in contributing to economic growth in developing countries is becoming more visibly articulated in developing countries. Both in the advanced and the developing world, music stands as one of the most significant of the creative industries, whether assessed in economic or in cultural terms. However, the concept of music as an "industrial" activity clearly embodies major contradictions. Since times immemorial music has served as a primary form of artistic expression; and one of the most significant means by which unique cultures have defined themselves. However, with the advent of new technologies, in the modern world, music is also major commercial industry generating billions of dollars in revenues. Tackling this inherent paradox of music as an industry embodies major challenges for policy makers in developing countries- – culture versus market, creativity versus commercialism, and culture versus economics – forces that often pull in opposite directions. However, whilst there are undeniable tensions between the artistic and the commercial of music, the challenge of an effective policy configuration is in recognizing this creative tension and reconciling the generation of economic and cultural value of music, in such as way as to preserve the authentic value of music as an art form with the market-based means of commercialization and income generation. But liberalizing markets alone will not automatically translate into increased revenues. Complementary policies are needed to stimulate the growth potential of this sector in order to benefit from the huge unexploited potential from abundant musical assets and resources lying idle and under-utilized in the developing world.

Economic opportunities in this sector have been well documented (UNCTAD, 2000). The global value of reported retail sales in 2000 was about \$US37 billion. More than

80 per cent of the world market is controlled by the five largest transnational conglomerates: EMI, BMG, the Warner Music Group, Sony Music Entertainment and Universal/PolyGram. In addition, there are a number of independent record producers, mostly nationally based and relatively small, but often catering to particular types or styles of music in defiance of the mass market orientation of the majors. The dominance of the US, Europe and Japan is readily apparent in both the volume and value of music sales. Throughout the 1990s, local artists have increased their share of music sales, while the average proportion of sales accounted for by the international repertoire has declined; locally produced music has increased from a worldwide share of 58 per cent in 1991 to 68 per cent in 2000. This trend indicates an improved capacity of local music industries in a number of countries to serve their own domestic consumers.

Other factors contributing to increased demand for music content are of technological and social nature are (1). advent and diffusion of new ICT technologies, and (2) increased demand for the local repertoire as a way of challenging globalization and increased trend toward cultural homogenization and standardization. The digital revolution in music - the capacity to store musical sounds as computer files, to copy and reproduce them on personal computers, and to transmit them over the internet - is exerting profound effects on all participants in enhancing both domestic and external demand for the so called "content" industries on the music business, from the songwriter and recording artist through to the ultimate consumer. The Internet provides two main ways by which music can be accessed. The first is via downloading of files. The internet provides a number of different opportunities for selling music to the public. The production of local popular music has grown from its roots in long-established local culture, and has emerged in many countries in the developing world to become a significant economic industry.

The opportunities that local artists and music styles from developing countries might break into world markets and hence might contribute to the local economy through the generation of export revenue are significant. Some local music genres have grown over time to dominate the international scene, beginning with jazz and moving on to rock'n'roll, rap, hip-hop, reggae and other musical forms. Nevertheless, despite the apparently rapid uptake of musical style and fashion by the international recording industry, artists from the developing world have encountered many difficulties in gaining exposure in the international market place. In most cases, music from the developing world has been brought to wider attention through the activities of independent record producers, standing somewhat apart from the major transnational companies, and through the development of the specific category known as World Music representing a range of specific musical genres or styles originating in various parts of the world, including such music's as salsa from Cuba and Puerto Rico, Reggae from Jamaica, Calypso and Soca from the Caribbean, Zouk from the French Antilles, Rembetika from Greece, Raï from Algeria, Qawwali from Pakistan and India, and many more. These types of music have "cross-over" potential, i.e. a fusion of traditional music with "western" musical styles. Although World Music still comprises only a very small share of the global music market, its popularity is growing.

It is apparent, then, that whilst music can be a significant contributor to economic life in developing countries as an important industry in the domestic economy, its role cannot be assessed without reference to the impacts on it of the global music industry, which becomes inescapably a more and more significant force as development proceeds.

The globalization of music has seen a dominating role played by the publishing and sound recording industries centered in the US, Europe and Japan, with only a few Transnational corporations gaining an every-growing control over the market. In these circumstances, the scope for independent artists and music producers, especially from the developing world, to gain a share of the market is severely constrained. Whilst some local musical genres and styles have been taken up on the international circuit, establishing a means for cultural interchange and diffusion and leading in some cases to

Substantial economic rewards for a few individuals and for some developing economies, the penetration of local music into the world sphere has been very slow. Where it has occurred, it has generally been under the control of the global industry; in many cases it has happened without any payment whatsoever accruing to the originators of the music. A stronger copyright regime in the future will be important in dealing with this problem

And in ensuring appropriate rewards to musical creators, not just in developing countries but throughout the world.

Policy Implications

The role of music both as a primary form of cultural expression and as a powerful economic force in a globalizing world is undeniable. In particular, the role of music in the context of economic development, as one of the most important creative industries offers numerous prospects of both cultural and economic benefits in the developing world. In the process of cultural development, widely interpreted, music plays a key role, as a language of communication, as a means of storage and transmission of cultural value, as a vehicle for political and social comment and dissent, and as a source of economic wealth and income. The numerous economic opportunities that music may open up for individuals and communities in developing countries need to be realized with specific policies that can use the market mechanism in such a way that material base can be created for increased production of creative goods and services, without lessening the authentic value of musical expression. However, it must be borne in mind that it is often difficult to separate economic from political, social and cultural considerations in analyzing the development process. Policy implications will be drawn from the above based on a careful review of successful case studies in other developing countries.

➤ **Music industry in Mali**

Le Mali est un pays extrêmement avancé en matière d'industries créatives avec un marché de la musique et du film, entre autres, très important dans la sous-région ainsi qu'au plan international. Le pays se sent très concerné et a ainsi travaillé sur la mise en place d'une stratégie de promotion des industries créatives. Aussi, le Ministère de la culture a créé un Bureau des droits d'auteur maliens, permettant la mise en place d'un cadre juridique pour la protection des artistes et des acteurs de ces industries. Les responsables du Ministère de la Culture et du Bureau des droits d'auteurs ont annoncé le projet de création d'une Agence de Promotion Culturelle au Mali, sensée renforcer la place de ces activités dans une perspective de marché, sortant du caractère informel actuel. Le but de ce projet serait de créer et augmenter la valeur ajoutée des activités culturelles au Mali et de faire de ces industries un secteur économique à part entière. Ce secteur est en pleine expansion et les mesures juridiques nécessaires sont en train d'être mises en place. Ainsi, en février 2006, la réunion interministérielle a discuté de la loi sur la propriété intellectuelle et artistique ainsi que la loi portant sur la durée de la protection des droits passant de 50 à 99 ans. Aujourd'hui, les industries créatives

dont considérées comme une véritable opportunité pour le Mali et doivent être soutenues par un cadre institutionnel plus établi et une formation des acteurs de ce secteur pour une plus grande professionnalisation.

This study will consist of the overview of the various phases of the value added chain of the music industry from creation to production, marketing to distribution. It presents the current state of the art industry, identify the constraints and propose ways and means of alleviating these constraints through policy measures at the national, regional and international levels. Lastly, it will review the role of the international community in supporting Mali's efforts to develop its music industry as a viable and sustainable economic growth sector.

Agences d'exécution

La Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement (CNUCED)
Un consultant international sera recruté ainsi qu'un consultant national pour la réalisation de l'étude.

Pays concerné

Mali

Bénéficiaires

Les bénéficiaires directs ou population cible de ce projet visent deux sous-groupes. Le premier sous-groupe de bénéficiaires se compose des créateurs eux-mêmes, et les parties prenantes dans le développement de ce secteur qui fourniront les formations aux agents, c'est-à-dire, aux entrepreneurs potentiels, producteurs, détaillants, distributeurs, etc. Le second sous-groupe de bénéficiaires vise les responsables gouvernementaux, les fonctionnaires, les associations et les organismes professionnels de ce secteur.

Durée du projet

Douze (12) mois sur trois étapes:

Etape 1: La 1ère étape (environ 4 mois) permettra de développer un cadre institutionnel intégré ayant pour objectif la réduction de la pauvreté par le renforcement des capacités productives et l'expansion des activités commerciales dans l'industrie de la musique au Mali.

Etape 2: La seconde étape (8 mois) aura pour objectif les activités de suivi et la mise en place des recommandations qui auront émergé des études analytiques réalisées durant la 1ère étape.

Etape 3: Evaluation et validation des résultats puis publication et diffusion de ces mêmes résultats.

Budget

Total € 51,000

Activité	Titre	Budget
Activité 1.0	Création d'une méthodologie et identification de groupes de projets pilotes	€ 8,000
Activité 2.0	Renforcement des capacités institutionnelles à l'attention des cadres institutionnels	€ 16,000
Activité 3.0	Renforcement des capacités pour les formateurs en services et gestion d'entreprises	€ 16,000
Activité 4.0	Evaluation et publication des résultats	€ 6,000
Activité 5.0	Suivi des activités	€ 5,000
TOTAL		€ 51.000

Résumé du projet

Ce projet ayant trait à l'amélioration du potentiel économique et commercial des industries créatives dans cinq PMA africains présente une nouvelle approche de ce secteur à forte croissance. Ce projet a été formulé par des experts de deux agences des Nations Unies. En cultivant et construisant sur les acquis culturels et le savoir-faire déjà existant dans ces pays, le projet a vocation de développer l'industrie de la musique, du film, des arts du spectacle et autres activités liées aux industries créatives à partir d'une variété d'activités ciblées et ce, sur deux années. Le projet répond aux besoins exprimés par le Mali. Il offre un cadre de politiques efficaces et développe les outils conceptuels nécessaires au renforcement des capacités pour aider à la transformation de talents locaux en un catalyseur pour un développement des industries créatives qui favoriserait l'emploi sur le long terme, la croissance économique et l'amélioration du développement des capacités commerciales. De tels éléments sont des contributions majeures pour atteindre une réduction durable et efficace de la pauvreté. Les activités du projet cibleront le soutien aux responsables gouvernementaux en charge de la promotion des industries créatives, les travailleurs de ces industries, les agents et directeurs, et les artistes/entrepreneurs qui sont déjà actifs dans les industries créatives. L'importance économique de la culture dans le développement des PMA a été clairement mise en avant dans l'accord de Cotonou, particulièrement l'article 27, à l'occasion de la 3eme Conférence des Nations Unies sur les PMA, à Bruxelles en 2001 et également à la CNUCED XI (Consensus de Sao Paulo), qui ont reconnu l'importance des industries créatives dans le processus de développement des pays en développement et insisté sur le rôle de la communauté internationale dans la promotion du potentiel de développement de ce secteur.

Objectifs

Le projet a pour but d'améliorer la contribution des industries culturelles et créatives au développement socio-économique des cinq PMA ouest-africains sélectionnés, à partir d'un soutien aux acteurs clé dans leurs efforts pour créer des emplois décents et promouvoir le potentiel de croissance commerciale dans les industries créatives, afin d'atteindre les deux principaux objectifs suivants:

- Elaborer des recommandations stratégiques en vue d'améliorer l'environnement institutionnel et réglementaire en appui aux industries créatives des pays sélectionnés;
- Encourager le développement des capacités productives, des compétences managériales dans le domaine de la culture et l'accès au marché, afin de

stimuler l'emploi en qualité et en nombre, la génération de revenus et l'augmentation du commerce en matière de biens et services créatifs.

Résultats attendus

- Une contribution continue à la réduction de la pauvreté dans les PMA sélectionnés;
- La création d'emplois, l'augmentation des revenus et la réduction de la pauvreté sur le long-terme au travers d'une meilleure exploitation des potentialités commerciales des industries créatives;
- Une augmentation de la contribution économique des industries créatives dans l'économie nationale;
- Le renforcement d'un environnement en faveur de la croissance; amélioration de la capacité à exporter des biens et services culturels;
- Augmentation de l'intégration des PMA sélectionnés dans l'économie mondiale et ce, avec des termes de l'échange plus équitables, impliquant, entre autres, le commerce Sud-Sud;
- Amélioration des opportunités en faveur de la diversité culturelle.

Indicateurs

Basés sur les rapports effectués lors du projet, sur les statistiques de l'emploi, les évaluations et les statistiques du secteur des industries créatives, les statistiques relatives aux exportations et l'évaluation du commerce international des produits créatifs des PMA ainsi que sur les études post-projet des sous-secteurs sélectionnés, des indicateurs seront élaborés et incluront:

- Le nombre de décideurs impliqués dans le secteur des industries créatives;
- L'incorporation éventuelle des industries créatives comme référent dans les politiques et les rapports des DSRP;
- Le nombre d'heures de formation effectuées (périodicité des modules et cours);
- Le nombre d'organisations intermédiaires ayant la capacité à dispenser des formations;
- La collecte de statistiques (incluant des données ventilées par sexe) sur les industries créatives et leur emploi dans l'élaboration des politiques;
- Le nombre d'entrepreneurs formés;
- Le nombre de nouvelles entreprises créées;
- L'augmentation des opportunités d'exportation;
- L'augmentation de la production culturelle;
- L'augmentation de l'emploi formel dans les sous-secteurs;
- Le montant de ressources additionnelles obtenues pour le projet.