

L'économie créative : Bilan scientifique et analyse des indicateurs de la créativité

Christian Poirier et Myrtille Roy-Valex

INRS

Université d'avant-garde

Centre - Urbanisation Culture Société

L'économie créative : Bilan scientifique et analyse des indicateurs de la créativité

Christian Poirier et Myrtille Roy-Valex

sous la direction de Christian Poirier

Rapport de recherche présenté à
Patrimoine canadien - Groupe de
recherche sur les politiques/Politique,
gestion stratégique et secrétariat
francophone

Institut national de la recherche scientifique
Centre - Urbanisation Culture Société

31 mars 2010

Responsabilité scientifique : Christian Poirier
Christian.Poirier@ucs.inrs.ca

Assistants de recherche : Anaïs Angot
Pascal Genêt
Ruth M. Diaz Guerrero

Mise en page, figures et tableaux : Véronique Milius

Institut national de la recherche scientifique
Centre – Urbanisation Culture Société

Diffusion :
Institut national de la recherche scientifique
Centre – Urbanisation Culture Société
385, rue Sherbrooke Est
Montréal (Québec) H2X 1E3

Téléphone : (514) 499-4000
Télécopieur : (514) 499-4065

www.ucs.inrs.ca

ISBN 978-2-89575-225-7

Dépôt légal : - Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2010
- Bibliothèque et Archives Canada

© Tous droits réservés

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION	1
PARTIE I L'ÉCONOMIE CRÉATIVE : BILAN SCIENTIFIQUE	3
1. Comprendre et mesurer l'économie créative : un nouveau « dossier » pour la culture	4
1.1. Des industries culturelles aux industries créatives	4
1.2. Un domaine de recherche en émergence	6
2. Les contours flous d'un territoire économique encore mal cerné	7
2.1. Une multitude de définitions internationales	7
2.2. Le champ d'observation	9
2.3. Économicisation de la culture et culturalisation de l'économie	11
3. Délimitation du domaine et modèles de classification : deux grands types d'approches	13
3.1. Les approches sectorielles	13
3.2. Au-delà des secteurs et des occupations : les approches plus Transversales	16
4. Mesurer la créativité : enjeux et défis	18
PARTIE II ANALYSE D'INDICATEURS NATIONAUX	21
1. Cadre conceptuel et opératoire	21
2. Présentation générale des résultats	22
2.1. Objectifs des politiques	22
2.2. Définitions	22
2.3. Chaîne de valeur	23
2.4. Impacts	23
2.5. Volets quantitatif/qualitatifs	23
3. Des cas pertinents sur le plan de la diversification	23
CONCLUSION	39
ANNEXE : TABLEAUX DES INDICATEURS	41
BIBLIOGRAPHIE	126

INTRODUCTION

Depuis quelques années, le concept d'économie créative s'est imposé aussi bien dans la littérature scientifique qu'au sein de plusieurs organisations, gouvernementales ou non. Fortement lié à la reconnaissance du poids économique croissant des activités tournées vers la création, la production et l'exploitation marchande de contenus culturels, l'intérêt pour le paradigme de l'économie créative s'est considérablement développé ces cinq dernières années, tant en Amérique du Nord qu'en Europe occidentale, et bien au-delà. Pour plusieurs pays développés et nombre de pays en voie de développement, l'économie créative est désormais considérée comme un important domaine de politique en pleine émergence (Gollmitzer et Murray, 2008 : 22). La définition ainsi que la « mesure » de l'économie créative ont notamment fait l'objet de nombreuses démarches, le plus souvent dans un souci de définition du domaine ou d'évaluation de ses effets économiques. C'est ainsi qu'aux impacts des « industries des arts » et des « industries culturelles » se sont ajoutés ceux des industries dites « créatives », qui touchent un ensemble plus large de secteurs d'activité.

L'objectif principal de ce travail vise à informer la réflexion sur l'opérationnalisation et la mesurabilité du concept d'économie créative. Les objectifs spécifiques sont les suivants :

- Fournir une liste de sources documentaires et de références bibliographiques pertinentes au regard de l'objet d'étude ;
- Dresser un état de la question sur la « mesure » et les indicateurs de l'économie créative, tels que discutés dans la littérature scientifique internationale et les documents d'orientations et de politiques d'autres gouvernements que canadiens ;
- Offrir à la comparaison différents cadres méthodologiques, normatifs et techniques développés pour saisir l'importance de l'économie créative et les diverses caractéristiques qui leur sont associées ;
- Cerner les enjeux actuels de l'utilisation de mesures quantitatives et qualitatives du concept d'économie créative.

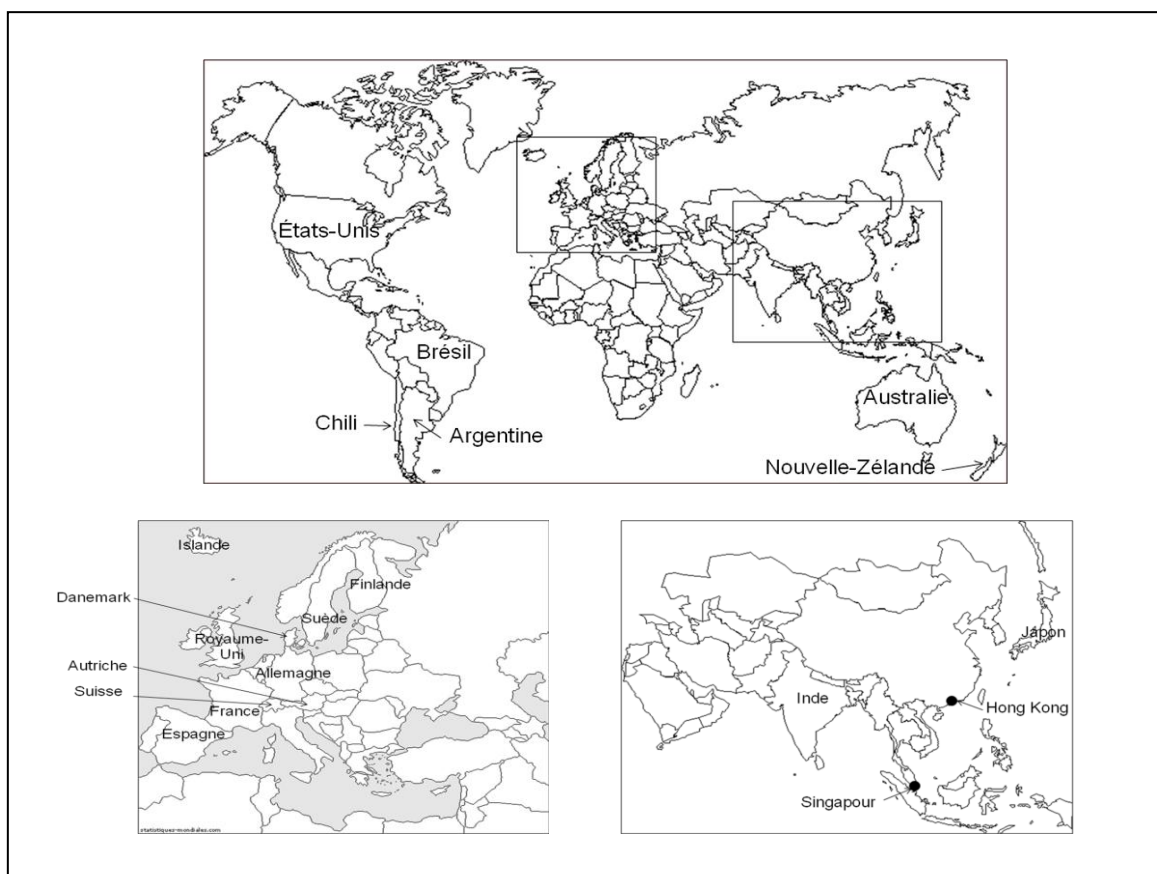
La recension des écrits tient compte de travaux publiés par des organismes de recherche publics, privés et associatifs, œuvrant à l'échelle locale, régionale, nationale ou supranationale. Une attention particulière est portée aux indicateurs développés par les gouvernements ainsi qu'aux travaux menés sur sollicitations politiques ou produits par les institutions gouvernementales (ministères, sociétés d'État, etc.). Le corpus est international, bien que composé en majorité d'une documentation produite en langue anglaise. Notons toutefois que les données provenant de gouvernements présentant leurs indicateurs dans les langues française, allemande et espagnole ont également été intégrées. Les documents consultés sont référencés en bibliographie. Les indicateurs mis de l'avant sont présentés en annexe sous forme de tableau-synthèse.

La bibliographie sur laquelle s'appuie ce rapport ne donne qu'un aperçu d'une plus vaste littérature pertinente pour aborder la question de la production des indicateurs de l'économie créative et de leurs usages. Outre les limites dues à la barrière de la langue, elle se veut sélective à double titre : 1) l'accent est mis sur la question de

l'opérationnalisation et de la mesurabilité du concept d'économie créative, principalement à l'échelle des pays et de certains États fédérés ; 2) le cadre d'analyse de l'économie créative est resserré à la créativité et à l'innovation d'ordre artistique ou culturelle (par opposition à l'innovation scientifique et technologique, par exemple). Pareillement, notre ambition n'est pas de détailler une – déjà longue – tradition de recherche portant sur les indicateurs de la culture, mais plutôt de mettre en exergue comment le paradigme plus récent de l'économie créative informe la réflexion en ce domaine. Par ailleurs, la liste des titres référencés s'allongerait de manière significative par la prise en compte de travaux publiés produits à une échelle plus « locale » (celle de la ville, du quartier...) ou tournés vers des problématiques très spécifiques ou plus anciennes (la « régénération culturelle urbaine », l'« impact » social des arts sur les collectivités locales, etc.). Le cadre de référence est ici national.

Les exemples présentés sont tirés de documents récents produits au sein des cas suivants : Allemagne, Argentine, Australie, Autriche, Chili, Danemark, Espagne, États-Unis, Finlande, France, Islande, Japon, Nouvelle-Zélande, Royaume-Uni, Suède, Suisse. La figure 1 détaille géographiquement ces cas nationaux.

Figure 1 : Pays et cas analysés



Ces régions ont été sélectionnées en vertu des critères suivants : l'intérêt politique porté à l'économie créative, la mise sur pied de programmes et d'initiatives nationales ou régionales visant explicitement les industries dites créatives, le caractère précurseur ou novateur reconnu aux démarches initiées en ce domaine. Le travail de recension

effectué par des études antérieures (EURICUR, 2007 ; KEA, 2009) a en outre permis une première sélection. Le croisement des bibliographies, ainsi que la consultation de divers sites *web* et banques de données informatisées, ont par la suite servi à compléter l'exercice. De plus, certains territoires politiques constituant des entités fédérées d'une plus vaste communauté fédérale (pensons notamment aux États américains mais également aux Lander allemands) ont été intégrés lorsque cela s'avérait pertinent. Hong Kong et Singapour ont aussi été retenus en raison de leur importance concernant l'économie créative. Notons également que la dimension locale ou régionale ne fut pas totalement mise de côté puisque nous avons tenu compte, lorsque cela était pertinent, des dynamiques territorialisées associées à des approches nationales.

Ne serait-ce qu'en raison du temps imparti pour sa réalisation, ce rapport ne prétend pas offrir une revue exhaustive des documents d'orientations et de politiques visant l'opérationnalisation et la mesurabilité du concept d'économie créative. Qui plus est, nous avons concentré notre attention sur la nature même des indicateurs ainsi que leurs relations avec les définitions de l'économie créative et les objectifs poursuivis. Pour ces raisons, nous n'avons pas analysé en profondeur la façon dont les données sont collectées. Si certains documents gouvernementaux font état de ces questions, la plupart n'abordent pas spécifiquement ces enjeux. Une étude plus poussée serait alors requise. Cela ne nous empêche toutefois pas de discuter de l'importance des dispositifs méthodologiques, notamment en lien avec les indicateurs qualitatifs.

Deux grandes parties structurent ce rapport. La première partie propose un bilan de la littérature portant sur l'économie créative. Nous situons les principales étapes ainsi que les enjeux entourant l'émergence et l'évolution de la notion d'économie créative. Le passage des industries culturelles aux industries créatives est particulièrement souligné, de même que les débats grandissants concernant la mesure de l'économie créative. Nous présentons une synthèse des principales propositions conceptuelles mises de l'avant, avant de conclure avec un regard critique concernant certains enjeux associés à la notion de créativité et aux indicateurs développés. Nous proposons de la sorte une discussion méthodologique concernant la mesure de l'économie créative ainsi que les défis, aussi bien épistémologiques que méthodologiques, qui l'accompagnent. La deuxième partie analyse les indicateurs des différents pays retenus, et ce dans l'optique d'une réflexion appuyée sur le développement d'un cadre conceptuel et opératoire spécifiquement conçu pour cette recherche. Nous concluons avec une synthèse des principaux constats ainsi que quelques pistes de réflexion et de recherche.

PARTIE I L'ÉCONOMIE CRÉATIVE : BILAN SCIENTIFIQUE

Quatre sections composent cette première partie. La première présente l'évolution générale de la notion d'économie créative, tandis que la seconde aborde la multiplicité des définitions, notamment reliées aux relations complexes entre culture et économie. La troisième section présente deux grands types d'approches, et la quatrième discute des principaux enjeux et défis associés à la notion même de créativité ainsi qu'à l'élaboration d'indicateurs.

1. Comprendre et mesurer l'économie créative : un nouveau « dossier » pour la culture

La notion d'économie créative est aujourd'hui encore source de beaucoup de confusion et d'ambiguïtés. Que faut-il inclure sous cette notion, que faut-il exclure ? Quels sont les types d'activités, de produits et d'occupations à considérer ? Il est indéniable que l'élaboration des indicateurs de l'économie créative et leurs usages sont intimement liés aux réponses fournies à ces questions. Afin d'éclairer ces dimensions, il importe de bien situer l'émergence ainsi que le développement du discours concernant l'économie créative, ainsi que l'horizon interprétatif qui l'accompagne (Roy-Valex, 2010).

1.1. Des industries culturelles aux industries créatives

Le terme d'« industries créatives » figure une première fois dans une étude économique, le *Creative Industries Mapping Document* (DCMS/CITF, 1998), réalisée par le Creative Industries Task Force (CITF) pour le compte du Department for Culture, Media and Sport (DCMS). Le DCMS est alors une création récente du Parti travailliste britannique de Tony Blair et le document doit servir de cadre de référence pour les politiques de développement du Royaume-Uni¹. Suite à la publication de ce document et de sa version actualisée en 2001 (DCMS/CITF, 2001), le néologisme se répand rapidement dans le monde anglo-saxon (Royaume-Uni, Australie, États-Unis, Canada), en Europe (Danemark, Allemagne, Autriche...), puis dans certains pays d'Asie (Taïwan, notamment). De nombreux ministères, institutions gouvernementales et autres organismes des secteurs privé ou associatif mettent sur pied des initiatives de recherche. Un rapport produit par le Réseau URBACT Culture recensait en 2008 plus de 150 études menées sur ce thème en Europe uniquement, dont 60 au Royaume-Uni (Urbact Culture, 2008)².

La prise de conscience du poids économique grandissant des divers secteurs « créatifs » qu'englobe le nouveau label et la volonté de soutenir ce domaine d'activité autrement disparate par le biais d'une approche sectorielle, en vue notamment de gagner des marchés d'exportation, sont au cœur de l'émergence du concept. Un second objectif mis de l'avant concerne la régénération urbaine des espaces industriels par le développement de « clusters » créatifs et culturels. L'approche en termes d'industries créatives présenterait d'autres avantages décisifs d'un point de vue politique et pour les « entrepreneurs » concernés, particulièrement en matière de reconnaissance de la propriété intellectuelle et de l'intervention régulatrice de l'État dans de nouveaux

¹ L'origine de ce concept et ses visées initiales ont été discutées par une diversité d'auteurs, dont Hartley (2005), Pratt (2005), O'Connor (2007), Hesmondhalgh (2007a). Un débat entoure ces visées, puisqu'il s'agirait aussi, et surtout, pour le gouvernement de Tony Blair, de redorer l'image du Parti travailliste en soutenant une rhétorique électorale déjà bien huilée autour des thèmes charnières de la « modernité » et de la « créativité » (McGuigan, 1998 ; Garnham, 2005 ; Schlesinger, 2007).

² Une pluralité d'« observatoires de la culture », d'instituts de recherche sur les politiques, de « think-thanks » culturels, de forums ou cercles de réflexion, le plus souvent organisés en réseaux internationaux, initient, prennent en charge et/ou diffusent ces études et rapports. Parmi les plus actifs ou les plus connus, citons : Comedia/Demos, The Work Foundation, le Réseau des villes créatives de l'UNESCO, Urbact Creative Clusters Network, Eurocités, le Centre for Arts and Culture – Americans for the Arts, etc.

secteurs d'activités liés, notamment, à la numérisation. Dans tous les cas, l'origine du concept est essentiellement politique et une « vision » stratégique fait des industries créatives un secteur économique à part entière, officiellement catégorisé selon un « Standard Industrial Classification (SIC) Code ».

Le DCMS définit les industries créatives comme celles qui sont « basées sur la créativité, les qualités et le talent individuels » et qui ont « le potentiel de créer la prospérité et des emplois en ayant recours à la propriété intellectuelle » (DCMS/CITF, 1998 : 3, DCMS/CITF, 2001 : 5). Ces industries regroupent treize domaines d'activité : (1) publicité, (2) architecture, (3) arts et antiquités, (4) artisanats, (5) design, (6) mode, (7) production cinématographique, (8) génie logiciel de loisirs (*leisure software*), notamment les jeux vidéo, (9) musique, (10) spectacle vivant, (11) édition, (12) génie logiciel (*software*), (13) télévision et radio. Le champ couvert est large et éclectique, mais néanmoins exclusif : le patrimoine, par exemple, n'y figure pas. Par la suite, entre 1998 et 2006, les documents d'orientation produits par le DCMS/CITF feront état d'un nombre variable de secteurs créatifs, les modifications apportées au cadre conceptuel originel se résumant pour l'essentiel à la réorganisation de certains groupements³.

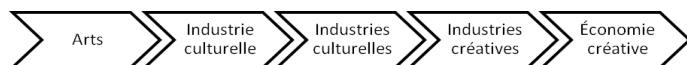
Si cette classification nouvelle brouille les frontières traditionnelles entre industries et services, elle force également la révision des conceptualisations usuelles des rapports entre les activités commerciales et les activités non (directement) commerciales liées aux arts et à la culture. Le vocable combine en effet, dans son sens analytique, deux concepts : la pratique artistique (*creative arts*) et les industries culturelles (*cultural industries*). Ce faisant, il convie à amalgamer dans un même ensemble les arts, dans leur acception traditionnelle, plus ou moins élargie à de nouvelles pratiques (performance, vidéo d'art, art électronique, etc.) et la production culturelle de masse, une culture « marchandisée » et « industrialisée » : la mode, le design, les industries du loisir ou du divertissement, etc. D'une façon jusque-là inédite, sont ainsi fortement associées à l'intérieur d'une même classification industrielle des activités relevant à la fois du secteur commercial privé et du secteur public non-marchand.

Dans le champ politique comme dans le champ académique, les efforts de clarification du concept se traduisent en une diversité de propositions classificatoires, qui soulignent tout d'abord la polysémie du terme, la récurrence de son utilisation, mais aussi le rejet, à divers degrés, des oppositions dichotomiques entre culture d'élite et culture populaire, art et industrie, culture et divertissement, créativité individuelle et innovation industrielle. De manière révélatrice, de nombreuses publications récentes, qu'elles émanent de chercheurs ou d'institutions officielles, retiennent une définition assez générale des industries créatives – celles dont « le produit ou le service intègre des composantes artistiques ou créatives significatives » (Caves, 2000 : 1 ; Greffe, 2002 : 19) – et les situent sans plus de distinctions « à la croisée des chemins entre les arts, la culture, les affaires et la technologie » (CNUCED, 2008 : 30). En Nouvelle-Angleterre,

³ Ainsi et par exemple, le DCMS *Creative Industries Statistical Estimates Bulletin* (DCMS, 2006) réduit à onze le nombre de secteurs considérés : 'Film and Video' devient 'Film, Video and Photography', 'Music' et 'Performing Arts' sont associés pour former 'Music and the Visual and Performing Arts', tandis que 'Interactive Leisure Software' est intégré avec 'Computer Services' pour former un onzième secteur : 'Software, Computer Games and Electronic Publishing'.

le terme « économie créative » sera spécifiquement utilisé pour décrire et caractériser ce nouveau domaine d'activité économique issu du rapprochement entre le segment commercial et le segment non commercial de la production culturelle (Mt. Auburn Associates, 2000). La figure 2 synthétise globalement l'évolution générale de l'économie créative.

Figure 2 : Évolution générale de l'économie créative



1.2. Un domaine de recherche en émergence

Ce « nouveau » modèle de l'économie créative n'est pas sans incidences sur les cadres cognitif, normatif et instrumental de l'action publique culturelle, comme en témoignent les inflexions récentes données aux travaux menés de plus longue date sur les statistiques et les indicateurs culturels. Tenu à Montréal en octobre 2002, le *Colloque international sur les statistiques culturelles* fut l'occasion de débattre, sinon du concept d'économie créative en lui-même (le terme n'est jamais employé dans les textes des communicants), du moins de celui d'« industries créatives » (Institut de la statistique du Québec et Institut de statistique de l'UNESCO, 2003). Cette même année, deux agences fédérales américaines, le National Endowment for the Arts (NEA) et l'Appalachian Regional Commission (ARC), organisèrent conjointement un forum intitulé *Building Creative Economies: The Arts, Entrepreneurship, and Sustainable Development in Appalachia* (Americans for the Arts, 2003). L'année suivante, l'UNESCO parraina une deuxième conférence internationale visant à préciser les contours du nouveau secteur « créatif », ainsi que sa contribution au développement et à la croissance économique : *The International Creative Sector: Its Dimensions, Dynamics, and Audience Development* (UNESCO et Université du Texas, 2004).

Les enjeux et défis entourant la « mesure » du secteur culturel/créatif ont depuis généré une vaste production intellectuelle, sous forme de colloques ou de publications scientifiques⁴. L'opérationnalisation et la mesurabilité du concept d'économie créative ont également été inscrites à l'agenda de plusieurs séminaires, congrès et autres événements récents, interrogeant de manière spécifique la part contributive des arts et de la culture à l'économie dite « nouvelle »⁵.

⁴ Au cours des seuls derniers mois, citons notamment : *Creativity, Innovation and the Cultural Economy* (Pratt et Jeffcutt, 2009) ; *Creative Economies, Creative Cities. Asian-European Perspectives* (Kong et O'Connor, 2009) ; *Spaces of Vernacular Creativity. Rethinking the Cultural Economy* (Edensor, Leslie, Millington et Rantisi, 2009) ; *The Economics of Creativity: Efficiency, Competitiveness and Development*, numéro spécial du *International Review of Applied Economics* (Sacchetti et Sugden, 2009) ; *Creative Cities*, numéro spécial de *International Management* (Cohendet, Simon, Parellada et Pasola, 2009) ; *L'alphaBEM des industries créatives* (Gombault, Livat-Pécheux et Durrieu, 2009) ; *Cultural Expression, Creativity & Innovation* (Anheier et Raj Isar, 2010) ; « Creative industries & Innovation policy », numéro spécial de *Innovation: Management, Policy & Practice* (Potts, 2010). Le présent rapport fait état de nombreuses autres publications récentes.

⁵ Parmi les manifestations d'envergure internationale, citons notamment : 1) *Measuring and Understanding the Creative Economy in the Regions: Methodological Approaches and Issues*,

La recherche effectuée dans le cadre de ce rapport montre clairement la multiplication de ces initiatives depuis quelques années. Ces entreprises sont le plus souvent le fruit d'une collaboration étroite entre des centres de recherche universitaire, des instances gouvernementales nationales et supranationales, ainsi que des organismes associatifs ou privés dans le domaine de la culture. Le champ de l'économie créative est en fait difficile à circonscrire, se heurte à une multitude de définitions internationales et pose donc de façon intrinsèque un problème – et défi – terminologique. La prochaine section examine plus précisément ces enjeux, la question des indicateurs étant étroitement liée à celle de la définition même de l'économie créative.

2. Les contours flous d'un territoire économique encore mal cerné

Le concept d'économie créative est une notion émergente dont le contenu n'est pas encore stabilisé. Il donne lieu à une pluralité de définitions non consensuelles, qui coexistent dans l'espace politique aussi bien que dans le champ scientifique. Aussi, les systèmes de classification des activités et des industries dites créatives dérivent de différents modèles conceptuels, développés et promus par une pluralité d'instances et d'organismes supranationaux, nationaux, régionaux et interrégionaux.

2.1. Une multitude de définitions internationales

Au niveau supranational, l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO), par le biais notamment de l'Alliance globale pour la diversité culturelle (AGDC/GACD), lancée en 2002, joue un rôle majeur dans la conceptualisation et la promotion de politiques publiques ciblant les industries créatives. D'autres agences spécialisées des Nations Unies, opérant souvent de concert, se rencontrent à ses côtés : la Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED/UNCTAD, 2008), l'Institut de statistique de l'UNESCO (ISU/UIS, 2005), ainsi que l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI/WIPO, 2003). Le développement d'approches stratégiques visant l'économie créative est également le fait d'organisations internationales non liées à l'ONU. Parmi les plus actives d'entre elles, citons l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE/OECD, 2007), la Banque Interaméricaine de Développement⁶ et, plus récemment, l'Union européenne, représentée par diverses institutions et organes, dont la Commission européenne et le Leadership Group on Cultural Statistics⁷.

Southampton, Royaume-Uni, 24 et 25 septembre 2008, The International Forum for Regional Development and Policy Research ; 2) *Forum international sur l'économie créative*, Gatineau, Canada, 17 et 18 mars 2008, Conference Board of Canada ; 3) *Can Creativity Be Measured?*, Bruxelles, Belgique, 28 et 29 mai 2009. Commission européenne et Centre for Research on Lifelong Learning (CRELL).

⁶ Voir <http://www.iadb.org/>

⁷ Initiée par la Commission européenne, le *Rapport sur l'économie créative 2008* (CNUCED/UNCTAD, 2008) est la première étude présentant le point de vue des Nations Unies sur le sujet. Le CNUCED, le PNUD, l'UNESCO, l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle et l'ITC ont participé à sa réalisation.

Aux définitions de l'économie créative fournies par ces organisations supranationales, se mêlent celles offertes par un prolifique champ d'« experts-consultants », tout à la fois prophètes et gourous de la nouvelle économie. Au début des années 1990, un groupe de chercheurs gravitant dans l'orbite de Comédia, une agence-conseil en planification urbaine fondée en 1978 par le sociologue britannique Charles Landry, avance la notion de « ville créative » pour défendre l'idée selon laquelle le développement d'une culture de la créativité doit être posé comme moteur du développement urbain dans une économie mondiale devenue concurrentielle. La valorisation du potentiel économique de la culture renvoie dans cette optique à une acception large de la notion, telle que définie à travers les activités artistiques et les industries culturelles, mais également suivant l'ingéniosité et la capacité d'invention de tout individu. La présence sur un territoire des arts et des artistes est alors vue comme un facilitateur afin de briser les routines, développer une pensée créatrice et favoriser l'innovation (Landry, 1990 ; Landry et Bianchini, 1995 ; Hall, 1998)⁸.

En 2001, John Howkins, consultant et familier de l'industrie des médias et du divertissement, utilise le terme « économie créative » afin de lier les notions de créativité culturelle et d'innovation économique (Howkins, 2001). Howkins propose une définition des industries créatives basée sur les quatre domaines du droit de la propriété intellectuelle : brevet, marque de commerce, dessin industriel et droit d'auteur. Cette approche respecte l'esprit de la définition initiale proposée par le DCMS/CITF (1998), bien qu'elle soit potentiellement beaucoup plus ouverte : contrairement au DCMS, Howkins n'établit pas une liste *a priori* définie des secteurs à considérer⁹.

L'intérêt politique et scientifique porté à la créativité et à son impact sur le développement économique et territorial s'amplifie avec la publication, en 2002, du livre de Richard Florida sur l'ascension sociale de la « classe créative »¹⁰. La réflexion n'est plus seulement sectorielle mais se décline en termes d'occupations. Elle donne par ailleurs au concept d'économie créative une extension significative. Pour Richard Florida, les sociétés industrielles avancées sont entrées dans une ère économique

⁸ Charles Landry synthétisera sa réflexion de praticien dix ans plus tard (2000).

⁹ Cette définition trouve auprès de la communauté scientifique ses défenseurs comme ses détracteurs. Si nombre d'observateurs considèrent que l'enjeu premier de la « nouvelle économie » peut se résumer, effectivement, aux enjeux liés aux droits de la propriété intellectuelle, en contrepartie, toutefois, on suspecte un caractère par trop inclusif à cette définition qui conduirait à échapper à l'analyse soit ce qui distingue la création culturelle de l'innovation économique, technique et scientifique (Pratt, 2005 ; Galloway et Dunlop, 2006, 2007), soit les mutations et articulations contemporaines du secteur proprement culturel (Healy, 2002 ; Hesmondhalgh, 2007b).

¹⁰ Rapidement médiatisée des deux côtés de l'Atlantique, cette théorie se fait connaître à l'extérieur de la communauté scientifique suite à la publication de trois ouvrages successifs, publiés chez des éditeurs « grand public » (Florida, 2002, 2005a, 2005b). Nous revenons sur ces thèses plus loin dans cette partie. Notons que les idées défendues sont promues par le biais d'une entreprise de consultation en pratique privée, Catalyx, mise sur pied par le chercheur, ainsi que par le biais des activités de divers organismes et firmes qu'il chapeaute, dont le Creative Class Group (CCG) et The Creative Communities Leadership Project (CCLP). Un site Internet régulièrement alimenté par Florida et ses émules (<http://creativeclass.com/>), la présence active du chercheur dans les médias locaux et nationaux et la poursuite d'une prolifique carrière parallèle de conférencier professionnel assurent en outre la promotion de cette théorie auprès des élites économiques et politiques, comme de la population en général.

nouvelle au sein de laquelle l'innovation, dans sa dimension artistique, mais aussi (techno)scientifique et entrepreneuriale, est le moteur premier de la croissance. Dans cet esprit, la classe créative, comme nouvelle classe productive en formation, est d'abord circonscrite à partir de sa base économique (type de fonction exercée). De fait, elle renvoie à un très vaste ensemble de catégories socioprofessionnelles : artistes, ingénieurs, programmeurs, entrepreneurs, cadres à l'esprit inventif, avocats, professionnels de la santé et de la finance.

Au niveau des instances gouvernementales nationales, ce sont d'abord les Britanniques qui, à la fin des années 1990, invitent à reconsidérer le rôle des activités économiques des professionnels des arts dans le développement et la croissance économique des territoires. Ils le font en articulant le modèle de la « ville créative », développé au sein du Think thank Comedia, aux analyses menées en termes d' « industries créatives » (DCMS/CITF, 1998 ; 2001). L'Australie adopte la nomenclature nouvelle (QUT CIRAC et Cutler&Co, 2003), qui sera abondamment reprise par la suite des deux côtés de l'Atlantique. En 2007, une étude commissionnée par le gouvernement des Pays-Bas (EURICUR, 2007) recensait près d'un millier de documents d'orientations et de politiques ayant explicitement pour objet les industries dites créatives. Outre le Royaume-Uni et l'Australie, de nombreux pays sont à l'origine de ce foisonnement d'études et de rapports : l'Allemagne, la Belgique, le Canada, la Corée du Sud, le Danemark, l'Espagne, la Finlande, la France, l'Irlande, la Nouvelle-Zélande, la Norvège, les Pays-Bas, le Portugal, la Suède. Ajoutons également Singapour. L'analyse de ces documents révèle l'implication de décideurs politiques provenant autant des sphères culturelle qu'économique. Elle montre toutefois l'absence, dans la plupart des pays, d'un cadre stratégique national visant l'économie créative. Les approches sont le plus souvent sectorielles et non « intégrées ».

En 2009, une étude produite pour le compte de la Commission européenne confirme l'intérêt soutenu et grandissant des instances gouvernementales nationales pour le paradigme de l'économie et des industries créatives (KEA, 2009). La recherche effectuée pour ce rapport rejoint les conclusions de notre propre étude. Elle montre en outre l'explosion de l'intérêt en Chine (Hong Kong) (Xiaodong et Hanlux, 2009), tout en pointant l'absence plutôt étonnante du Japon.

2.2. Le champ d'observation

Les modèles conceptuels de l'économie créative visent tous à rendre compte d'un segment de la vie sociale et économique sous-évalué pour sa contribution au développement local, régional, national ou *per se*. Les contours de ce territoire économique fluctuent cependant grandement d'une étude à l'autre, selon les approches, les méthodes et les visées. Si, règle générale, une distinction est faite entre l' « économie créative » et les « industries créatives » — ces dernières constituant un secteur plus restreint d'activité — cette spécification n'est toutefois pas absolue : nombre d'études internationales assimilent l'économie créative à l'émergence d'un nouveau type d'activités, celui des industries créatives. Par ailleurs, il existe un chevauchement parfois considérable entre le concept d' « industries créatives » et celui d' « industries culturelles ». Comme le notaient déjà les auteurs d'un rapport portant sur les industries créatives à Brisbane (Cunningham *et al.*, 2003), il n'est pas rare, dans les

faits, de voir ces termes utilisés de manière quasi interchangeable. La littérature des chercheurs français tendrait d'ailleurs, pour le moment, à confondre les deux acceptions (Liefoghe, 2010 : 182). Toutefois, globalement, la notion d'économie créative est nettement plus extensive que celle d'industries créatives et, *a fortiori*, d'industries culturelles. Un débat important a d'ailleurs court à cet égard : à trop « étendre » les secteurs concernés par la créativité, certains pays intégrant par exemple au sein de l'économie créative les parcs d'amusement ainsi que les casinos, ne risque-t-on pas de diluer la notion même de culture ? Voilà, en tout état de cause, une question posée par la revue de la littérature sur le sujet.

À cette imprécision première des concepts s'ajoute le fait que les études faisant le plus souvent un usage abondant des données statistiques officielles relatives aux structures sectorielles de l'emploi, agrègent sous le couvert des industries créatives ou de tout autre concept popularisé à travers le discours de la « nouvelle économie », des réalités qui sont de fait fort différentes, que ce soit sur le plan des modes de production, de leurs cadres institutionnels, des finalités créatives, inventives ou innovantes du « produit » (Uricchio, 2004 ; Hesmondhalgh et Pratt, 2005). La transposition au domaine de la création culturelle de notions dérivant de l'économie industrielle conduit parfois à faire se côtoyer sans trop de distinctions les termes de créativité (artistique), d'inventivité (scientifique) et d'innovation (industrielle)¹¹. Par conséquent, si on souligne invariablement l'importance croissante des ressources humaines « créatives » dans les sociétés et les économies contemporaines (Azmi, 2002 ; Center for an Urban Future, 2002 ; Venturelli, 2003), les chiffres avancés à l'appui demeurent très fluctuants d'une étude à l'autre et leur comparaison difficile. Il en va de même des indications chiffrées du « poids » économique que peut représenter l'économie créative dans l'activité des villes, des régions et des pays, en termes d'emplois directs comme de performance économique de ces secteurs¹².

Plus que des écarts concrets, ces différences de résultats reflètent des variations concernant les « regards scientifiques » portés sur l'objet de recherche (Daviet, 2008). Suivant DeNatale et Wassall (2007), deux niveaux définitoires de l'économie créative ou « visions » des rapports entre culture et société méritent d'être distingués. Les auteurs y réfèrent comme « The Economic Nature of Cultural Enterprise », d'un côté, et « Creativity as the Generation of Innovation », de l'autre. Le premier aspect met l'accent sur la production économique de biens et de services culturels, tandis que le second souligne le rôle de l'innovation intellectuelle.

¹¹ La propension des promoteurs du paradigme des industries et de l'économie créatives à recourir au terme de « créativité » de préférence à celui de « création » est d'ores et déjà problématique dans la mesure où la créativité renvoie à une qualité ou à une potentialité plutôt qu'à une activité de conception et de production. En ce sens, le terme de « création » s'avérerait plus juste et méthodologiquement mieux adapté : « prendre le premier pour le second, c'est confondre la virtualité et la réalité » (Tremblay, 2008 : 84).

¹² De manière révélatrice, un rapport produit par la Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED/UNCTAD, 2008 : 101) estime que les industries créatives contribuent à un pourcentage du PIB situé entre 2 et 6 %, selon les définitions utilisées par chaque pays. Ayant pour visée explicite de mesurer la taille de l'économie créative dans toutes les régions du monde, ce rapport souligne la grande variabilité des définitions possibles, reconnaît le caractère largement subjectif de la notion et se pose *in fine* aux premières étapes d'un « work in progress ».

2.3. Économicisation de la culture et culturalisation de l'économie

L'intérêt scientifique et politique porté au potentiel de la culture en contexte d'« économie créative » est alimenté de la sorte par deux champs d'étude relativement distincts, qui diffèrent en première approche par le type d'activités considérées (Liefvooghe, 2010). D'un côté, les recherches sur l'économie créative prolongent les études déjà réalisées en économie de la culture (Scott, 2000 ; Throsby, 2001 ; Greffe, 2006 ; Hesmondhalgh, 2007a ; Costa, 2008). Ces recherches portent sur les enjeux économiques liés au secteur culturel, circonscrit à un périmètre sectoriel plus ou moins large selon l'acception donnée au vocable d'« industries créatives ». Le dépassement de la dialectique conflictuelle entre création artistique et valorisation économique de cette créativité est justifié par l'explosion des marchés culturels et médiatiques. Le phénomène est associé en partie au développement d'une culture de masse, née de l'industrialisation et favorisée dans la seconde moitié du 20^e siècle par l'émergence continue de nouveaux médias. Dans cet esprit, une attention particulière est portée aux formes de production et de diffusion culturelles issues du développement des technologies de l'information et des communications (TIC) : arts numériques, médias interactifs (jeu vidéo, musées en ligne, apprentissage en ligne avec un contenu culturel), etc. Situés à l'intersection des TIC et des pratiques créatrices, ces secteurs de la création numérique en appellent de fait à la construction d'un nouvel appareil sémantique¹³. De manière générale, l'impact de l'économie numérique et des services informatiques sur la croissance de l'économie globale retient l'attention¹⁴.

La montée en puissance des activités « créatives » dans les économies contemporaines et, de façon liée, l'extension toujours grandissante des domaines de la culture (art, culture, patrimoine...), sont expliquées plus largement par la croissance contemporaine de la demande sociale de produits et services de la culture. Ce dernier phénomène serait corollaire à l'émergence d'une culture de consommation de plus en plus hétérogène, diversifiée et fragmentée, elle-même attribuable pour certains auteurs à la montée de l'individualisme dans les sociétés occidentales contemporaines et à la *stylisation* conséquente des modes de vie en fonction d'un « goût » individuel (Featherstone, 1991 ; Lash et Urry, 1994). On y verra aussi l'affirmation d'une « économie de l'expérience » (Pine et Gilmore, 1998), dans laquelle le consommateur cherche à vivre des immersions dans des expériences extraordinaires plutôt qu'à se procurer de simples produits ou services¹⁵. La montée du tourisme culturel et la valorisation économique des

¹³ Bien qu'elle n'ait pas connue la même fortune que la notion d'« industries créatives », les ITCP, pour *Information Technology Creative Practice* (Mitchell, Inouye et Blumenthal, 2003), est une autre de ces dominations originales proposée pour rendre compte de l'apparition de ce nouveau domaine d'activité issu des changements structurels liés à la convergence des nouvelles technologies, d'une part, et du secteur culturel comme secteur d'activité économique, d'autre part.

¹⁴ La distribution numérique de contenu culturel, la musique notamment, ouvre de nouveaux marchés à l'échelle mondiale. En outre, les nouvelles technologies de communication (numérique, par téléphone et Internet) font naître une génération d'utilisateurs qui, loin de se contenter d'élargir leurs expériences culturelles, s'essaient également à la création.

¹⁵ Une série d'autres facteurs socio-économiques et socioculturels entrent en jeu pour expliquer la croissance contemporaine de la demande sociale de produits et services de la culture. Parmi ceux-ci, l'augmentation générale du niveau de vie, d'une part, et le facteur démographique, d'autre part, alors

pratiques artistiques et du patrimoine deviennent, dans cet esprit, deux thèmes fortement liés¹⁶. Les industries du luxe, la mode et l'architecture, notamment, sont ainsi considérées. Face au dynamisme et à l'importance croissante des industries culturelles/créatives, le potentiel qu'elles offrent pour la croissance économique et le développement des territoires (avec des impacts qui se traduisent en termes économiques : création d'emplois, recettes fiscales, etc.) se voit surinvesti des mêmes promesses que l'ont été les industries de l'informatique et de l'électronique dans les années 1980-1990 (Scott, 2004 : 463). Cet argument de la culture comme levier de développement économique et territorial est aujourd'hui généralement admis. Il pose toutefois problème lorsqu'il est strictement réduit à cette seule dimension, laissant de côté les aspects plus culturels ou sociaux.

De surcroît, les travaux portant sur l'économie créative s'inscrivent de plus en plus dans le sillon de l'économie de la connaissance et de la société du savoir. Ces recherches mettent en valeur la contribution des industries créatives à l'innovation, posée comme vecteur essentiel de croissance (Hall, 2000 ; Florida, 2002 ; Scott, 2007 ; Cooke et Lazzeretti, 2008). Résumée en peu de mots, l'idée de base veut que la transition du paradigme productif actuel vers un paradigme « culturel » et « cognitif », intégrant notamment la dimension « créative » de l'agir, aille de pair avec l'affirmation d'un régime de concurrence fondé sur l'innovation et la différenciation. Ce nouveau régime économique aurait pour premier effet d'inscrire le champ de l'économie culturelle dans une économie plus vaste, qu'elle soit dite du savoir, de l'information ou de l'immatériel. Dans un contexte d'intensification de la concurrence, en partie due au développement de la mondialisation des marchés, l'acquisition de positions concurrentielles semble en effet permise par des efforts afin d'accroître la complexification de l'offre. L'adoption de ce type de stratégie de différenciation vers le haut, qui dépend moins d'innovations technologiques radicales qu'incrémentales, induit une hausse considérable des « composants culturels » de la production (Crevoisier et Kebir, 2007 : 16).

En vue de « marchandiser la différence » (Boltanski et Chiapello, 1999), la stratégie d'entreprises des secteurs des services, mais aussi des secteurs de spécialisation traditionnelle (meuble, habillement, horlogerie, industrie automobile, etc.) tend à délaisser une production fonctionnelle et standard (de type fordiste) à la faveur d'une valorisation des aspects communicationnels, esthétiques et symboliques des produits finaux : le contenu culturel de la production économique permet une évolution vers des produits à plus forte valeur ajoutée, puisque porteurs, outre leur valeur utilitaire, d'une dimension sémiotique recherchée pour elle-même. La créativité, dans sa dimension artistique, se retrouve ainsi à la base du système productif en tant qu'*output*, c'est-à-dire à l'extrémité du processus de production, mais aussi en tant qu'*input* ou produit de « consommation intermédiaire » : l'ensemble des « produits » culturels constitue *de facto* un stock d'idées, de références, d'images ou de sons auquel puise une diversité de

que le vieillissement de la population se traduirait par un effet positif sur la consommation culturelle, en particulier dans les franges les plus aisées de la société.

¹⁶ Un récent rapport produit par l'OCDE (2009) promeut ainsi la notion de « tourisme créatif » pour reformater l'offre territoriale des régions urbaines en direction de nouveaux consommateurs « omnivores », et ainsi asseoir le lien entre culture et tourisme, d'une part, et compétitivité et attractivité, d'autre part.

secteurs économiques (Howkins, 2001 ; Hesmondhalgh, 2007b). Cette appréhension économique de la culture comme facteur d'« enrichissement » de produits non culturels conduit à prédire au secteur du design (industriel, de mode, numérique...), en particulier, un fort potentiel de croissance.

On s'intéresse de la sorte aux « communautés créatives » et aux « réseaux sociaux d'échanges créatifs » pour leur rôle d'intermédiaire stratégique dans la circulation, la transmission et la « commodification » de la créativité artistique en biens et services commerciaux. La question est celle des « fertilisations croisées » et autres « synergies créatives » entre les industries du secteur culturel/créatif, tout comme avec d'autres secteurs de la vie économique¹⁷.

3. Délimitation du domaine et modèles de classification : deux grands types d'approches

Les manières de « cadrer » le périmètre d'une analyse économique de la culture varient ainsi grandement selon la définition donnée au secteur, mais aussi selon la façon dont est perçue sa contribution à l'économie générale (KEA, 2009 : 49). Deux grands types d'approches se distinguent sur ces bases, à savoir les approches sectorielles, d'une part, et les approches plus transversales ou « intégrées », d'autre part.

3.1. Les approches sectorielles

Les classements sectoriels englobent généralement sous un même couvert les arts, à titre d'entreprise non commerciale ou semi-commerciale, et les formes industrialisées de créativité. Sans que soit nécessairement niée la « valeur » sociale et culturelle des biens et services considérés, la perspective est davantage économique. Il s'agit, à tout le moins, de ce qui a retenu l'attention de plusieurs pays.

L'approche des industries culturelles est la plus ancienne¹⁸. Le champ d'observation est celui des activités et structures culturelles relevant du domaine de la culture plus proprement dit, selon le périmètre traditionnel défini par les politiques culturelles et les recensements institutionnels. Suivant la définition retenue par l'UNESCO, les industries culturelles sont celles qui touchent à la création, à la production et à la commercialisation de contenus créatifs et immatériels de nature culturelle protégés par le droit d'auteur et pouvant s'apparenter à un bien ou à un service (UNESCO/Global Alliance for Cultural Diversity, 2006). Elles sont généralement protégées par les droits de propriété littéraire et artistique et non de propriété intellectuelle. La plupart des pays

¹⁷ Dans une étude portant sur le rôle des industries créatives au sein d'une économie fondée sur le savoir et l'innovation, Müller, Rammer et Trübby (2009) avancent ainsi trois raisons pour voir dans ces industries un catalyseur de la créativité innovante : « First, Creative Industries are a major source of innovative ideas and thus contribute to an economy's innovative potential and the generation of new products and services. Secondly, they offer services which may be inputs to innovative activities of other enterprises and organisations within and outside the creative industries. Thirdly, Creative Industries are intensive users of technology and often demand adaptations and new developments of technology, providing innovation impulses to technology producers. »

¹⁸ À ne pas confondre avec les cadres théoriques associés aux industries culturelles. Il s'agit ici de secteurs et non de développements théoriques.

européens, le Canada, la Corée et Taiwan ont adopté cette nomenclature, avec certaines variations régionales. En France, notamment, la définition retenue par le Département des études, de la prospective et des statistiques (DEPS, 2006 : 7) combine au critère juridique (la protection par la propriété littéraire et artistique) un critère économique et technique (la reproductibilité des oeuvres ou l'usage de techniques de communication). De ce fait, le champ des industries culturelles constitue un sous-ensemble des industries fondées sur la propriété littéraire et artistique.

L'approche en termes d'industries créatives considère un plus grand nombre d'activités et d'occupations. Définies *a minima* comme celles dont « le produit ou le service intègre des composantes artistiques ou créatives significatives » (Caves, 2000 : 1), les industries créatives englobent sous un même couvert les industries dites culturelles et l'ensemble des activités de production possédant une dimension culturelle ou artistique. Elles prennent ainsi compte des formes industrialisées et moins industrialisées de la production culturelle, mais aussi d'activités créatives « non traditionnelles » : l'artisanat, la mode, le design, l'architecture, le tourisme culturel, voir le sport. Situées à la croisée des arts, du commerce et de la technologie, les industries créatives recouvrent par ailleurs les nouveaux domaines de la création numérique : arts numériques (visuels et musicaux), jeux vidéo, *web design*, effets spéciaux au cinéma, etc.

L'approche par les droits d'auteurs met plus résolument l'accent sur la valeur économique des droits de propriété intellectuelle. Elle se fonde sur la méthodologie de l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI) utilisée pour l'établissement du profil des industries régies par les droits d'auteur¹⁹. L'OMPI répartit ces industries en quatre principaux niveaux concentriques, selon la part relative en valeur globale des marchandises générées par les droits de propriété intellectuelle : (1) *core copyright industries*, (2) *partial copyright industries*, (3) *interdependent copyright industries*, (4) *non-dedicated support industries*. Le périmètre des *core copyright industries* recoupe celui des « industries culturelles », dont elles constituent un « sous-domaine ». Les *partial copyright industries* sont celles dont les produits recourent ou sont en partie couverts par le droit d'auteur : textiles et chaussures ; joaillerie ; meubles ; petit équipement des ménages, verres et porcelaines ; tapis et tapisseries ; jouets ; architecture, ingénierie, design d'intérieur ; et musées. Les *interdependent copyright industries* se subdivisent en deux groupes : les *core interdependent copyright industries* (télévisions, magnétoscopes, radios, lecteurs de disques, ordinateurs, instruments de musique, etc.) et les *partial interdependent copyright industries* (instruments photographiques et cinématographiques, matériels d'enregistrement, etc.). Le quatrième niveau, celui des *non-dedicated support industries*, mène clairement hors du champ du copyright. Les activités considérées sont liées au domaine des œuvres protégées, mais relèvent du secteur des services aux entreprises (vente de gros et de détail ; transports ; téléphonie et Internet, etc.). Il peut néanmoins être pertinent de considérer ce domaine, dans la mesure où il fait partie de l'impact général des industries créatives (Héraud et Rafanomezantsoa, 2009 : 117). L'approche de l'OMPI a été appliquée, notamment, par les États-Unis, Singapour et le Canada²⁰.

¹⁹ La première valeur reconnue à cette approche est celle d'offrir une définition concordante avec les classements opérés par les systèmes nationaux de classification.

²⁰ Elle présente par ailleurs de fortes congruences avec les approches développées par John Howkins (2001) et Richard Florida (2002), si l'on tient compte des activités ou des occupations qu'englobent le

D'autres cadres conceptuels de l'impact socio-économique du secteur créatif conduisent à privilégier une dimension plus particulière de l'économie créative. Une première approche place au centre de l'analyse économique les secteurs de la création numérique et des contenus interactifs. L'exemple le plus probant est fourni par le gouvernement australien qui, en 2001, lança une initiative de recherche conjointe visant à examiner le potentiel économique des secteurs du numérique. Quatre domaines sont concernés : 1) le jeu interactif ; 2) le multimédia ; 3) la publicité ; 4) le contenu numérique dans le domaine de l'éducation (Pattinson Consulting, 2003). On n'exploite pas à proprement parlé les indicateurs permettant d'évaluer l'impact des industries créatives mais on recommande la création d'un certain nombre entre eux.

Une seconde approche vise à rendre compte d'une économie tirant partie de la société de consommation et de la demande croissante pour des expériences (en loisir, en arts et pour les événements culturels, en matière touristique, etc.). L'impact économique des industries dites créatives se mesure à l'aune d'une « économie de l'expérience » et des produits et services, traditionnels ou nouveaux, qu'elles génèrent : architecture, arts de la scène, arts visuels et arts graphiques, design, édition, arts culinaires et gastronomie, jeu interactif, média, mode, musique, photographie, presse et littérature, services de publicité et de communication marketing, tourisme... Le cadre d'analyse ajoute à une perspective centrée sur la dynamique productive (« supply-side ») une perspective orientée vers la consommation (« demand-side »). Les pays nordiques, le Danemark, la Suède et la Norvège, notamment, recourent explicitement à cette approche, tandis que l'Italie met l'accent sur le « goût » des consommateurs de mets culinaires (Santagata, 2009).

Ces différents modèles sectoriels — « industries culturelles », « industries créatives », « industries du copyright », « industries du contenu numérique » et « économie de l'expérience » — sont liés aux concepts clés de l'analyse des mutations du paradigme social et productif actuel : l'« économicisation de la culture », la « culturalisation de l'économie », la montée d'un nouveau type de travail et de travailleurs, la « numérisation de l'économie », la diversification des styles de vie et de consommation. Sur le plan pratique, les principales différences entre ces approches résident dans la définition des secteurs et des occupations devant être prises en compte dans les statistiques. La question est débattue dans les sphères politiques et académiques depuis la première formalisation du concept d'industrie créative par le DCMS (1998, 2001). Dans les documents d'orientations et de politiques, on observe toutefois de manière générale un élargissement du périmètre sectoriel traditionnellement dévolu à la culture.

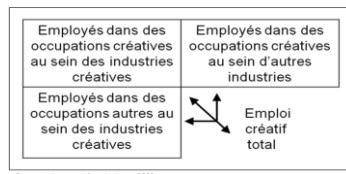
La démarche du Trident créatif s'inscrit dans cette tendance²¹. L'ARC Centre for Creative Industry du Queensland University of Technology s'est fixé les objectifs suivants : 1) Comment fournir des preuves « défendables » de l'importance de la main-d'œuvre créative et de sa contribution à l'économie ? ; 2) Comment mesurer de

« cœur des industries créatives » (core creative industries) tel que défini par Howkins, d'une part, et le « cœur de la classe créative » (Super Creative Core), tel que défini par Florida, d'autre part.

²¹ National Endowment for Science, Technology and the Arts (NESTA), 2008 ; Higgs, Cunningham et Pagan, 2007 ; Higgs, Cunningham et Bakhshi, 2008.

manière fiable la valeur des extrants intermédiaires des industries de la création par rapport au reste de l'économie ? La figure 3 présente le modèle développé par Higgs et Cunningham (2008a).

Figure 3 : Le Trident créatif



Notons enfin que l'application pragmatique des modèles est également fonction d'une variable géographique, alors que des particularismes locaux peuvent déterminer l'élargissement des domaines à inclure²².

3.2. Au-delà des secteurs et des occupations : les approches plus transversales

Aux modèles du secteur culturel/créatif qui énumèrent une liste d'activités et d'occupations ou se fondent sur un aspect particulier de l'économie créative, se présentent des approches plus transversales. Notons d'emblée que la frontière est parfois ténue entre les approches sectorielles et les approches transversales ; il s'agit ici davantage de modèles idéaux-typiques que de classifications nettement tranchées. Disons sommairement que les approches transversales s'inscrivent à partir des approches sectorielles tout en les déployant à un autre niveau et selon une configuration plus intégrée. Ces approches se divisent en deux groupes. Les uns situent les arts et les artistes au centre d'un continuum liant la culture au développement du marché et de la société. Les autres font du processus même de créativité un objet de politique, s'attachant à dépister les conditions préalables, ainsi que les conséquences sociales, spatiales et économiques, de la créativité et de l'innovation. Dans tous les cas, ces approches mettent directement en jeu la pertinence des modèles traditionnels d'étude d'impacts économiques des actions culturelles.

Le concept d'industrie créative implique, selon David Throsby (2001), la révision d'une division dichotomique moderne entre les pôles artistique et commercial de la culture. Cette modélisation des industries créatives tend aujourd'hui à être dominante dans les documents d'orientations et de politiques, y compris dans les plus récents endossés par le DCMS (The Work Foundation, 2007). Privilégiant une entrée par les produits (biens et services), Throsby propose de décrire les industries créatives par un modèle de cercles concentriques (voir aussi Throsby, 2008). Au centre figurent les activités et structures culturelles relevant du domaine des arts plus proprement dit, selon le périmètre traditionnel défini par les politiques culturelles et les recensements institutionnels. Un second cercle englobe ce qu'on désigne communément dans le monde francophone par la notion d'industries culturelles, soient les industries qui

²² Voir le nouveau cadre pour les statistiques de l'UNESCO (2007) qui se veut flexible pour, justement, tenir compte de cette réalité.

produisent et diffusent des contenus de nature culturelle : la radiotélévision, le cinéma, les médias, l'édition... Pour Throsby, ces industries sont celles « où les idées créatrices sont utilisées et reproduites » comme entrant majeur dans le processus de production. Enfin, un dernier cercle renvoie à des industries qui produisent des biens ou services situés hors du domaine de la culture à proprement dit et qui recourent aux idées créatrices sans que la création artistique y soit la logique dominante. Throsby donne en exemple les activités « para-culturelles » que sont la publicité, le tourisme, le design et la mode (Throsby, 2001 : 5).

De concert avec le DCMS, The Work Foundation, une firme de recherche et de consultation britannique, proposait récemment l'ajout d'un quatrième et dernier cercle, « le reste de l'économie », dans lequel les industries classiques de biens et services bénéficient et exploitent les *outputs* générés par les activités et les industries créatives (The Work Foundation, 2007) : dans un processus d'ajout de valeur par l'afflux de créativité, la recherche-crédation en art « alimente » les industries culturelles/créatives qui, à leur tour, stimulent et supportent l'innovation créative jusqu'au « reste de l'économie ». Les industries créatives sont ainsi présentées comme une des composantes de l'économie du savoir. Une seconde modification d'importance est apportée au modèle originel, alors que le noyau central n'est plus l'exclusive des seuls domaines du « Grand Art », mais s'ouvre à toutes formes savantes et populaires d'expressions culturelles « pures » : « *ranging from traditional high conceptualised art to video games and software* » (The Work Foundation, 2007 : 19).

Indépendamment des variantes fonctionnelles qu'il supporte (le concept de culture, toujours, divise), ce modèle des cercles concentriques défend donc sur le plan économique une acception générique qui distingue clairement un amont et un aval de la « chaîne de valeur » des industries créatives : est opposée, à une extrémité, la créativité artistique (tendue en permanence vers la création « pure ») et, à l'autre, la créativité économique (l'innovation industrielle), orientée en fonction d'un marché existant ou potentiel. Partant, ce modèle permet tout à la fois de reconnaître aux activités artistiques une valeur spécifique distincte de leur seule dimension économique, de tenir compte du poids économique sectoriel que représente le champ traditionnel des arts et des lettres, en plus de mettre en exergue la valeur économique que produisent ces activités au profit des industries culturelles, d'une part, et au profit des industries liées à la culture mais situées hors du domaine de la culture à proprement parler, d'autre part.

On retrouve ici le modèle classique de l'économie des politiques culturelles dans les sociétés capitalistes d'orientation libérale, avec en prime aux arguments-forces de l'approche néo-classique en faveur d'une politique artistique (biens d'intérêts publics, effet externe positif des arts au profit du tourisme et des industries culturelles, effet multiplicateur de la dépense culturelle), l'identification d'une fonction économique nouvelle dans la relation de dépendance qui lie l'ensemble de l'économie créative aux activités artistiques.

Ces liens entre la culture, la créativité et l'innovation, d'une part, et le développement économique, social et culturel, d'autre part, sont au cœur du modèle élaboré par le National Endowment for Science, Technology and the Arts du Royaume-Uni (NESTA, 2006 : 55). Contrairement au modèle des cercles concentriques, les interrelations entre

les secteurs ou champs d'activité ne sont toutefois pas envisagées en fonction de la part « créative », esthétique ou sémiotique des produits finaux, mais des marchés visés : les différents cercles deviennent perméables et autorisent une certaine souplesse dans leur continuité (ce qui, suivant O'Connor (2007 : 51), est sans doute plus conforme à la réalité). Trois rapports publiés par la Commission européenne (KEA 2006, 2009 ; Hollanders et van Cruysen, 2009) reprennent l'idée générale.

L'élargissement du cadre de l'analyse économique des arts et de la culture bien au-delà du secteur culturel et des retombées économiques de ses activités est tout aussi redevable à la théorie de la « montée de la classe créative » de Richard Florida (Florida, 2002, 2005a, 2005b). Il est possible de voir dans cette théorie une conception spatialisée (territorialisée) du modèle concentrique de l'économie créative, dans la mesure où se voient liées sur un continuum ouvert la créativité artistique et l'innovation industrielle. Loin d'apparaître comme le reflet d'une croissance urbaine forte, les arts et la culture constituent, selon Florida, une base particulière de production d'externalités, qui tire de diverses manières la croissance économique et le développement des territoires. La clé de la croissance économique via l'innovation résiderait ainsi dans la réunion en un même lieu géographique d'une triple combinatoire, à savoir une dynamique d'innovation industrielle et technologique, le « talent » et la tolérance sociale. Le « Creativity Index », un indice statistique composite, est proposé pour en rendre compte (Florida et Tinagli, 2004). En dépit d'un accueil sévère dans le milieu académique²³, l'approche de Florida inspire depuis quelques années une multitude d'indices statistiques visant, entre autres, à évaluer les externalités positives du secteur culturel/créatif sur les économies locales et nationales.

D'autres indices combinent une série d'indicateurs économiques, mais aussi culturels et sociaux. Un ensemble de notions subjectives (la qualité culturelle du cadre de vie, l'ouverture à la créativité d'une ville, l'attractivité d'un style de vie urbain et « bohème »....) est inscrit au cadre d'analyse. Plus largement, certains auteurs (Gollmitzer et Murray, 2008) parlent désormais d'écosystème créatif, intégrant notamment les notions de culture et de développement durable. Il importe toutefois de relever que ni les approches sectorielles, ni les approches plus transversales, n'ont vraiment encore bien développé les impacts plus sociaux et qualitatifs des indicateurs.

4. Mesurer la créativité : enjeux et défis

Plusieurs constats découlent de cette revue de la littérature. Premièrement, la notion de créativité englobe de plus en plus de secteurs et d'occupations. La tendance est ainsi très nettement à l'élargissement de la notion, ce qui n'est pas sans soulever des interrogations majeures. Comme le relève justement Gaétan Tremblay (2008), si l'art et

²³ La scientificité de la démarche est questionnée, en particulier la valeur de la méthode statistique sur laquelle elle s'appuie. On souligne l'usage de données biaisées et désuètes, car trop étroitement associées à l'inflation de la bulle Internet ou saisies à partir d'un faisceau d'indicateurs de « créativité » et de « diversité » pour le moins approximatifs. On relève des erreurs de causalité : déductions fallacieuses et caractère peu signifiant des classements statistiques, confusion entre la cause et l'effet, confusion entre corrélation et causalité. Enfin, on note une élaboration insuffisante des concepts structurants, celui de « classe créative », mais aussi, en raison du mélange des différents niveaux territoriaux, ceux de « ville » et de « région ».

la culture sont au cœur de la construction idéologique du nouveau modèle de l'économie créative, ce n'est certes pas en raison du poids économique des activités traditionnellement associées au secteur culturel :

[A]ussi bien les données des éditions successives du Mapping Document britannique que celles du rapport de la CNUCED montrent à l'évidence que les industries culturelles ne constituent, en valeur, qu'une partie relativement réduite de ce nouveau secteur qu'on appelle les industries créatives. Dans le premier cas, c'est plutôt le software et les services informatiques qui constituent la locomotive du secteur. Dans le second, c'est le design qui joue ce rôle moteur [...] En fait, les activités non traditionnellement identifiées aux industries culturelles comptent pour plus de 65% des revenus totaux des industries créatives. (Tremblay, 2008 : 76).

Au-delà des considérations plus proprement économiques, c'est la notion même de culture qui risque parfois d'être diluée dans celle de créativité. De nombreux auteurs ont récemment insisté sur ce point, proposant même un retour à l'appellation industries « culturelles » plutôt que « créatives »²⁴.

Deuxièmement, la recherche démontre que l'aspect économique est prédominant au sein des indicateurs. Si plusieurs chercheurs et organismes ont commencé à développer les aspects plus « sociaux » et « qualitatifs » (voir Poirier, 2005), la littérature demeure lacunaire sur ces questions. La deuxième partie de ce rapport aborde plus spécifiquement cet aspect à partir des indicateurs développés par certains pays.

Troisièmement, la recherche inspire certaines réflexions concernant la construction même des indicateurs ainsi que leur collecte. Les cadres de référence de l'économie créative semblent pertinents pour la définition d'indicateurs visant une plus juste « mesure » de la part contributive des industries culturelles/créatives à l'économie générale et à la société dans son ensemble. La nature intersectorielle et diffuse de l'économie créative pointe toutefois vers la difficulté de poser des indicateurs appropriés.

De manière générale, il est d'usage des deux côtés de l'Atlantique de souligner les limites inhérentes aux systèmes nationaux de classification industrielle pour rendre compte adéquatement de l'économie « nouvelle » (Higgs et Cunningham, 2008b ; Markusen *et al.*, 2008). Le recours aux systèmes standards de classification apparaît insuffisant pour une analyse économique complète du macro-secteur des industries créatives, indépendamment des définitions prêtées à celui-ci. L'économie créative se veut par essence multisectorielle et les données (en termes d'emploi, de PIB, etc.) traversent l'ensemble de l'économie, du moins se trouvent dispersées à travers plusieurs secteurs. Dans certains cas, d'ailleurs, on note l'absence de concordance entre les secteurs identifiés dans les cadres de référence et ceux pris en compte pour l'évaluation économique, lorsque cette dernière se fonde sur la nomenclature statistique officielle (Santagata, 2009 : 54). Si l'on s'en tient aux données quantitatives, le manque d'information statistique officielle sur l'économie du numérique et la « numérisation » de l'économie, en particulier, apparaît préjudiciable à la compréhension de l'économie

²⁴ Voir certaines contributions rassemblées dans le volume 15, numéro 4 (2009) du *International Journal of Cultural Policy* et s'intitulant précisément *After the Creative Industries*.

créative (KEA, 2009). L'information obtenue à cet effet par le biais d'entreprises de sondage et autres organismes est coûteuse et difficilement comparable d'un pays à l'autre. En outre, elles couvrent seulement un nombre restreint d'indicateurs pertinents pour mesurer la portée économique du secteur, lorsqu'on tient compte des dimensions plus qualitatives du concept d'économie créative.

Une autre difficulté tient au fait que les gouvernements emploient différentes méthodes pour la collecte et l'analyse des statistiques, ce qui rend difficile les comparaisons internationales (Van der Pol, 2008)²⁵. Le nombre particulièrement élevé d'indicateurs proposés par certains cadres statistiques (voir, par exemple, le cas de Hong Kong dans la seconde partie) complique leur application à des fins comparatives, sinon les rend impraticables faute de données disponibles ou en raison des coûts associés à la collecte de ces données (KEA, 2009). Qui plus est, tel que souligné plus haut, « The reality is also that there are many countries, policy documents and literature that use the term creative industries without clearly defining it and without transparency in the use of data to measure and compare them. » (EURICUR, 2007 : 3). Au final, les classifications apparaissent souvent davantage servir la rhétorique que l'analyse conceptuelle ; du moins, l'insuffisance des outils méthodologiques et statistiques au niveau national ou international est un problème souligné de manière récurrente. Plusieurs en appellent d'ailleurs à l'élaboration et la définition d'indicateurs et de standards internationaux.

Sur un autre plan, la difficulté à déterminer un ensemble spécifique d'indicateurs mesurables tient au fait que leur construction répond à une variété d'intentions et d'objectifs, prenant place soit en amont du lancement des politiques, soit en aval. Brown et Corbett (1997 : iii), cités dans un rapport de l'IFACCA (2005 : 19) portant sur la statistique culturelle, voient au moins cinq « usages » politiques aux indicateurs (ici sociaux) : la description et la compréhension (développement des connaissances), le « monitoring » (suivi de l'évolution d'un secteur), la définition d'objectifs quantifiables (devant être réalisés à l'intérieur d'un horizon temporel préalablement défini), la reddition de comptes, et la vérification (efficacité et efficience des programmes et des politiques).

Au-delà des raisons pour lesquelles les indicateurs sont utilisés, leur définition varie en fonction de la manière dont on les envisage. Le travail préalable sur la définition d'indicateurs d'impact de la culture est à cet égard révélateur. Un survol de cette littérature montre en effet la multitude de distinctions qui s'opèrent, qu'il s'agisse globalement de la dichotomie entre indicateurs quantitatifs et qualitatifs ou des impacts économiques et sociaux de la culture. De plus, certains indicateurs sont plus appropriés à une échelle territoriale qu'à une autre. Voilà sans doute pourquoi le développement d'indicateurs qualitatifs fut en partie associé au palier local et au cadre urbain. Des méthodologies plus typiquement qualitatives (entretiens, etc.) peuvent ainsi être mobilisées sur un territoire bien circonscrit. Des analyses sur le plan national impliqueraient des recherches d'une ampleur inédite. Mais cela n'empêche aucunement les paliers nationaux de développer de tels indicateurs et de les intégrer dans leurs

²⁵ Voir aussi le cas de l'Australie qui, bien qu'ayant développé une classification davantage en phase avec l'économie créative, est plutôt réticente à utiliser ce système pour différentes raisons. Voir Pattinson Consulting (2003).

cadres existants. C'est notamment le cas, comme nous le verrons dans la partie suivante, de quelques pays.

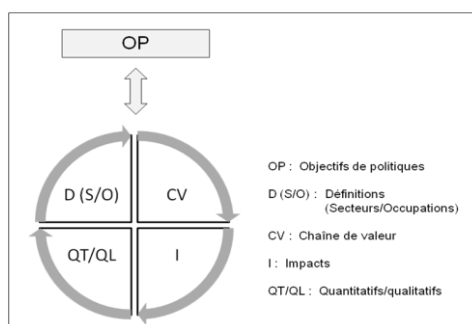
PARTIE II ANALYSE D'INDICATEURS NATIONAUX

Cette partie aborde les principaux éléments découlant de notre analyse des cas nationaux. Nous présentons d'abord le cadre conceptuel et opératoire développé pour les fins de l'analyse. Les résultats sont ensuite présentés de deux façons. Nous proposons dans un premier temps les conclusions très générales qui ressortent de l'étude. Le nombre de pays examinés ainsi que la quantité d'indicateurs repérés, de même que la taille de ce rapport, nous empêchent de proposer une analyse exhaustive. Pour chacune des dimensions, nous renvoyons donc le lecteur à son propre examen des indicateurs fournis en annexe pour chacun des pays. Nous présentons dans un second temps certains pays qui nous semblent particulièrement intéressants sur le plan de la diversification et de la richesse des indicateurs utilisés et d'une exploration de plusieurs « cases » présentes dans notre modèle conceptuel.

1. Cadre conceptuel et opératoire

Nous avons élaboré un cadre conceptuel spécifiquement pour les besoins de cette recherche (figure 4). Deux grandes dimensions le structurent : les objectifs de politiques (OP) ainsi que les indicateurs, eux-mêmes répartis en quatre catégories : les définitions (D (S/O)), la chaîne de valeur (CV), les impacts (I), et la nature quantitative ou qualitative (QT/QL).

Figure 4 : Cadre conceptuel et opératoire



Les objectifs de politiques correspondent aux buts généraux associés aux politiques culturelles. La définition examine la « liste » des secteurs (S) et/ou occupations (O) concernés. Plus cette liste est étendue, plus un pays sera dans une approche fortement associée à l'économie créative. Les impacts concernent la nature des effets mesurés par les indicateurs : plus ou moins culturels, plus ou moins économiques, plus ou moins sociaux, etc. Nous pourrions dire que ces impacts sont assez similaires, sur le plan définitionnel, aux objectifs de politiques. Reste à voir s'il y a vraiment correspondance entre les deux. La chaîne de valeur considère de son côté à quels niveaux de la chaîne culturelle sont déployés les indicateurs. Cette chaîne se décline de la façon suivante : création – production – distribution/diffusion – consommation/participation. À cela

s'ajoute également la conservation. Enfin, la dernière catégorie examine si les indicateurs se situent dans une perspective quantitative ou qualitative.

Un aspect particulièrement important est ainsi l'arrimage entre les objectifs des politiques et les indicateurs développés. Plus ces derniers seront développés de façon cohérente dans les quatre catégories, plus cette adéquation sera possible. Un autre élément à considérer concerne le degré de précision des indicateurs. Ces derniers doivent en effet être suffisamment précis pour pouvoir être mesurés. Des arbres à arborescence seront utilisés afin d'évaluer cette question.

2. Présentation générale des résultats

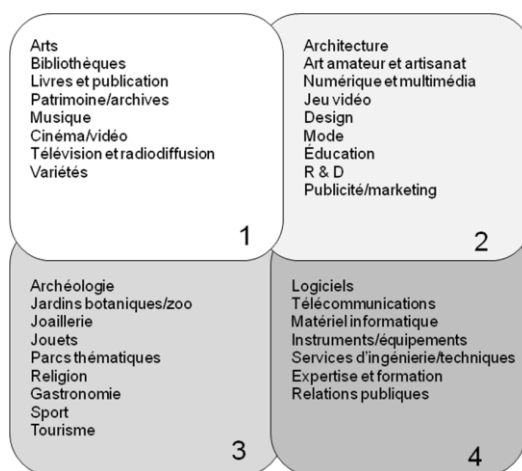
2.1. Objectifs des politiques

Les finalités des politiques peuvent être de diverse nature. Certaines, il va de soi, sont spécifiquement culturelles, c'est-à-dire viser le développement artistique et culturel des collectivités. Elles peuvent aussi être identitaires, voulant assurer la protection et la promotion de l'identité d'une communauté. D'autres sont économiques, visant le développement économique des sociétés (incluant ses travailleurs) grâce au secteur culturel. Ce dernier élément a pris une dimension croissante au fil des ans. Des considérations additionnelles peuvent être prises en compte, que ce soit sociale (par exemple, le rôle de la culture dans la régénération urbaine) ou même de santé (équilibre et développement des individus). Soulignons enfin que des buts à proprement parlé politiques (pensons aux rapports de force entre différents paliers de gouvernement, dans le cas par exemple de systèmes politiques de nature fédérale) peuvent être mis de l'avant. La recherche montre que les objectifs développés par les pays sont à la fois économiques et culturels, le plus souvent associés dans ce dernier cas à des dimensions identitaires. Certains pays font un pas de plus en proposant des objectifs de nature plus sociale.

2.2. Définitions

La littérature concernant la définition de l'économie créative s'est considérablement développée durant les dernières années. Plusieurs « modèles » ont particulièrement été proposés, tels que discutés dans la première partie. Nous allons plutôt concentrer notre attention sur les secteurs et/ou occupations qui émergent de notre propre recension. Sur le plan des définitions, les indicateurs déployés par les différents pays/États peuvent être classés en quatre sous-groupes (figure 5). Ces sous-groupes reprennent globalement l'idée des cercles concentriques de Throsby, allant des S/O les plus « classiques » à ceux correspondant à un élargissement important de l'économie créative. Si la plupart des pays intègrent des éléments de 1 et, dans une moindre mesure, de 2, d'autres n'hésitent pas à intégrer des aspects associés à 3, voir à 4. Comme on peut le constater, le quatrième sous-groupe présente un élargissement particulièrement élevé de la notion de créativité. Nous revenons sur cette question en conclusion.

Figure 5 : Aspects définitionnels des indicateurs



2.3. Chaîne de valeur

Globalement, l'examen des indicateurs montre que plusieurs pays s'intéressent à l'ensemble de la chaîne culturelle, de la production à la consommation. Il faut toutefois noter que la production demeure l'aspect le plus élaboré par la majorité des pays. Notamment, la participation culturelle des citoyens demeure relativement peu développée, les indicateurs se limitant à cet égard à des données quantitatives de fréquentation et de consommation.

2.4. Impacts

La majorité des pays ont développé des indicateurs mesurant les impacts économiques de l'économie créative. Toutefois, peu de cas s'intéressent aux effets plus élargis, qu'ils soient sociaux, identitaires, etc.

2.5. Volets quantitatif/qualitatif

En lien avec ce que nous venons d'établir concernant les impacts, la majorité des cas étudiés se concentrent sur des indicateurs de nature quantitative. Peu de pays ont développé des indicateurs qualitatifs. Certains cas sont toutefois intéressants et sont présentés dans la section suivante.

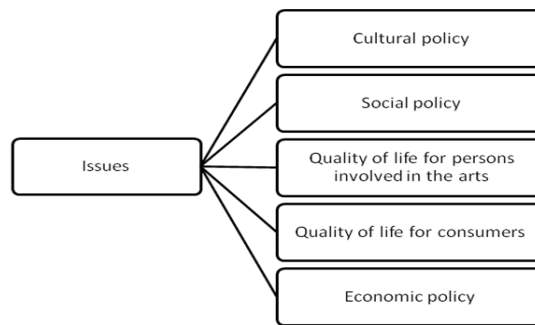
Il ressort ainsi de l'analyse que les « cases » supérieures gauche et droite de la figure 4 sont globalement assez bien définies, à l'exception de la composante « participation » de la chaîne de valeur. Les cases inférieures du cadre conceptuel demeurent ensuite largement à être développées, qu'il s'agisse des impacts élargis de la culture ou de la dimension qualitative des indicateurs.

3. Des cas pertinents sur le plan de la diversification des indicateurs

Plusieurs cas apparaissent pertinents et témoignent de la volonté de développer une variété d'indicateurs.

L'Australie est un chef de file, concernant non seulement l'économie créative, mais aussi le développement d'indicateurs. La figure 6 présente les enjeux majeurs identifiés à propos des arts et du patrimoine. Comme on peut le constater, les enjeux culturels et économiques côtoient les enjeux sociaux, la qualité de vie des individus impliqués dans les arts ainsi que celle des consommateurs.

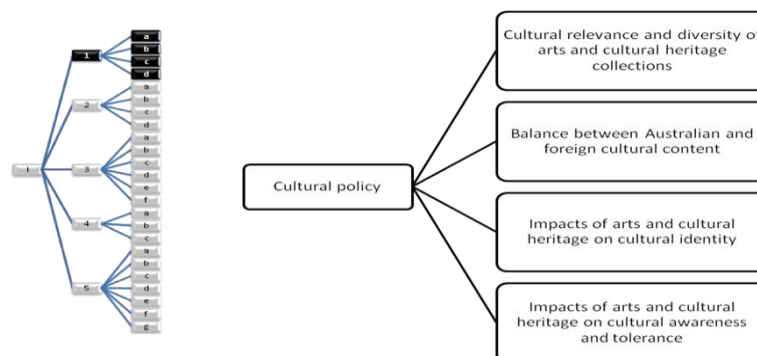
Figure 6 : Australie : Enjeux majeurs identifiés en arts et patrimoine



Source: Australian Bureau of Statistics. *Arts and Cultural Heritage - in Australia - Key issues for an information development plan*, 2006.

Détaillons maintenant le premier élément de cette figure, soit la politique culturelle. Quatre éléments sont spécifiés (figure 7) : la pertinence culturelle et la diversité des collections, l'équilibre entre les contenus culturels nationaux et étrangers, les impacts sur l'identité culturelle, et les impacts sur la sensibilité culturelle (à l'égard des différentes communautés ethnoculturelles) et la tolérance. Il s'agit donc d'un développement très intéressant d'impacts plus larges et autres que strictement économiques.

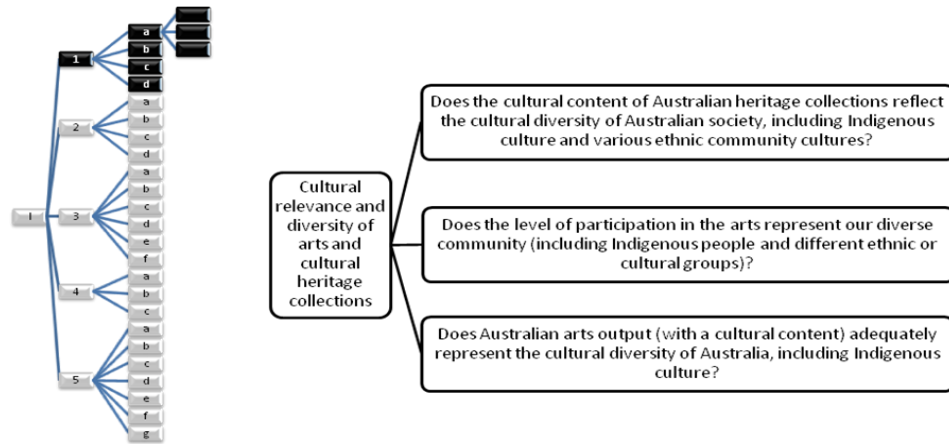
Figure 7 : La politique culturelle



On identifie ensuite une série de questions qui, bien qu'elles ne correspondent pas formellement à des indicateurs, témoignent toutefois d'un souci de préciser davantage ce dont il est question. C'est ainsi que la pertinence culturelle et la diversité se déclinent en une série de trois questions (figure 8) : Est-ce que le contenu culturel des collections reflète la diversité culturelle de la société australienne, incluant les cultures autochtones et les diverses communautés ethniques ? Est-ce que le niveau de participation dans les

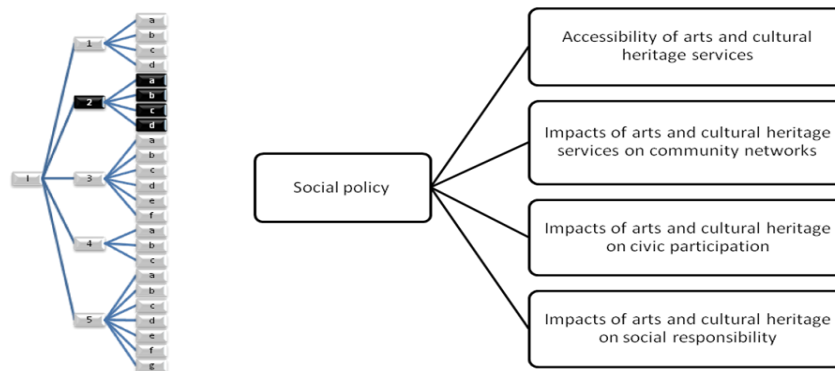
arts reflète bien la diversité de la communauté ? Est-ce que les produits culturels australiens reflètent adéquatement la diversité culturelle de l'Australie ?

Figure 8 : Pertinence culturelle et diversité des collections



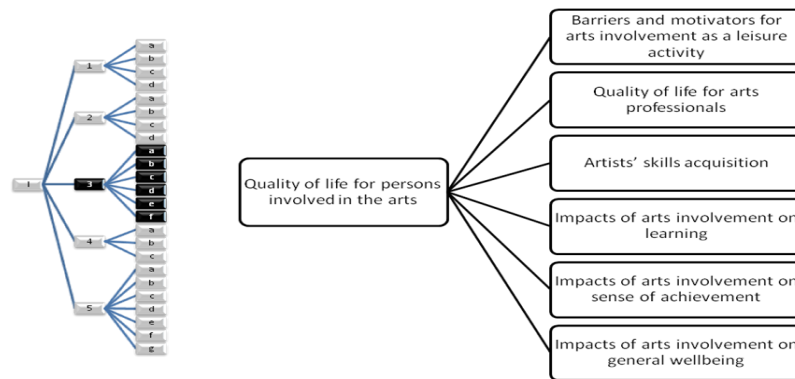
L'arborescence australienne se déploie donc à trois niveaux. Examinons maintenant l'articulation des enjeux sociaux (figure 9). Quatre aspects sont déployés : l'accessibilité aux arts et aux services patrimoniaux culturels, les impacts sur les réseaux communautaires, sur la participation civique, ainsi que sur la responsabilité sociale.

Figure 9 : Les enjeux sociaux



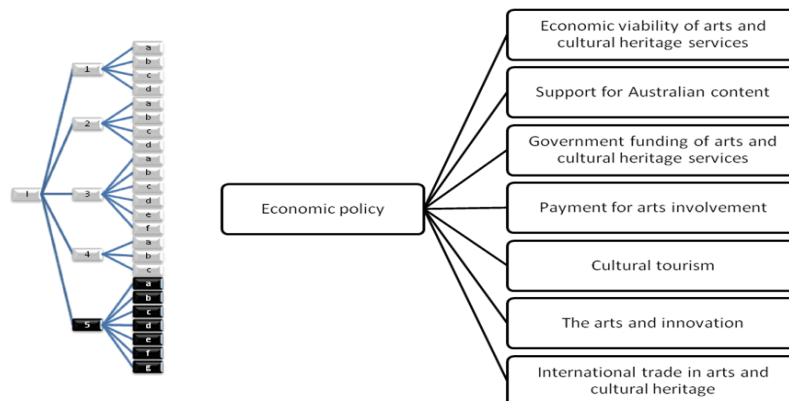
La qualité de vie des personnes impliquées dans les arts (figure 10) se déploie quant à elle selon les barrières et motivations concernant l'implication dans les arts comme activité de loisir, la qualité de vie des artistes professionnels, l'acquisition de compétences artistiques, les impacts sur l'apprentissage et le savoir, sur le sentiment d'accomplissement, et sur le bien-être général.

Figure 10 : Qualité de vie des personnes impliquées dans les arts



Les aspects économiques sont aussi bien développés (figure 11) : viabilité économique des arts et des services patrimoniaux culturels, support au contenu australien, soutien financier gouvernemental aux arts et aux services patrimoniaux culturels, dépenses pour l'implication dans les arts, tourisme culturel, innovation, commerce international.

Figure 11 : Les aspects économiques



Les États-Unis constituent un cas intéressant. Les objectifs, illustrés dans la figure 12, combinent de nombreuses dimensions qui ne se réduisent pas aux aspects économiques. Ces objectifs sont ainsi bien équilibrés et bien répartis. Relevons notamment que les compétences artistiques sont requises dans tous les secteurs de la société et du travail et que le capital social associé aux arts permet un rapprochement entre les communautés ethniques, les générations et les différents milieux.

Figure 12 : Objectifs du National Arts Index

- **Aesthetics** : The arts create beauty and preserve it as part of culture
- **Creativity** : The arts encourage creativity, a critical skill in a dynamic world
- **Expression** : Artistic work lets us communicate our interests and visions
- **Identity** : Arts goods, services, and experiences help define our culture
- **Innovation** : The arts are sources of new ideas, futures, concepts, and connections
- **Preservation** : Arts and culture keep our collective memories intact
- **Prosperity** : The arts create millions of jobs and enhance economic health
- **Skills** : Arts aptitudes and techniques are needed in all sectors of society and work
- **Social Capital** : We enjoy the arts together, across races, generations, and places

Source: Americans for the Arts. National Arts Index 2009. An annual Measure of the Vitality of Arts and Culture in the United States.

Les indicateurs développés (figure 13) s'intéressent à la créativité ainsi qu'à des éléments aussi bien « physiques », tels que les infrastructures culturelles, qu'économiques (les emplois, la compétitivité) et plus qualitatifs, tels que l'éducation ou la participation. Le secteur bénévole (le « nonprofit ») est pris en compte, ce qui est très important dans le cadre d'une appréhension élargie de la chaîne de valeur et des impacts de la culture. Le secteur bénévole constitue en effet une composante majeure de la culture et des impacts qualitatifs de la créativité. Ainsi, comme illustré dans la figure 14, le bénévolat pour les arts fait partie des indicateurs utilisés afin de mesurer la participation.

Figure 13 : Indicateurs du National Arts Index

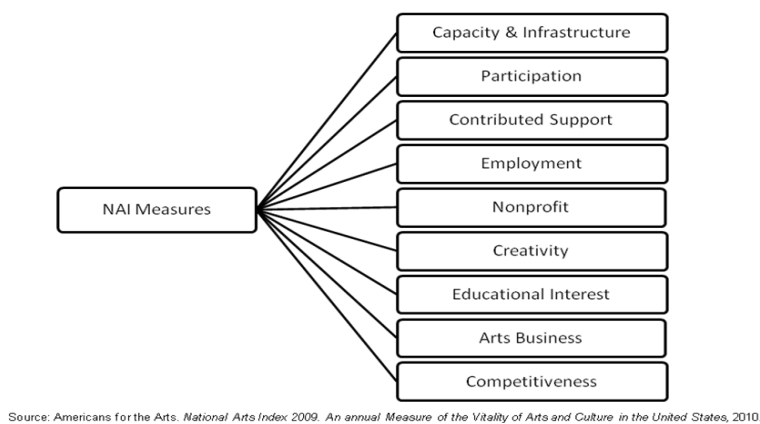
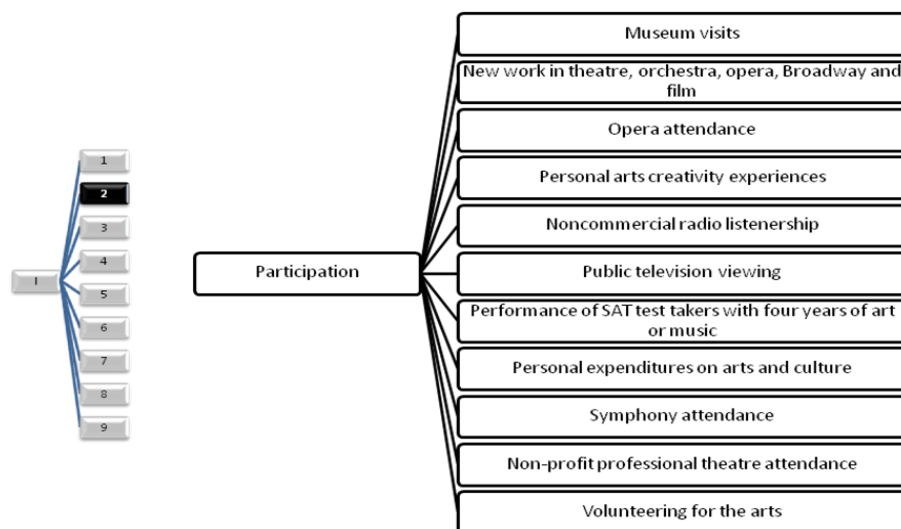


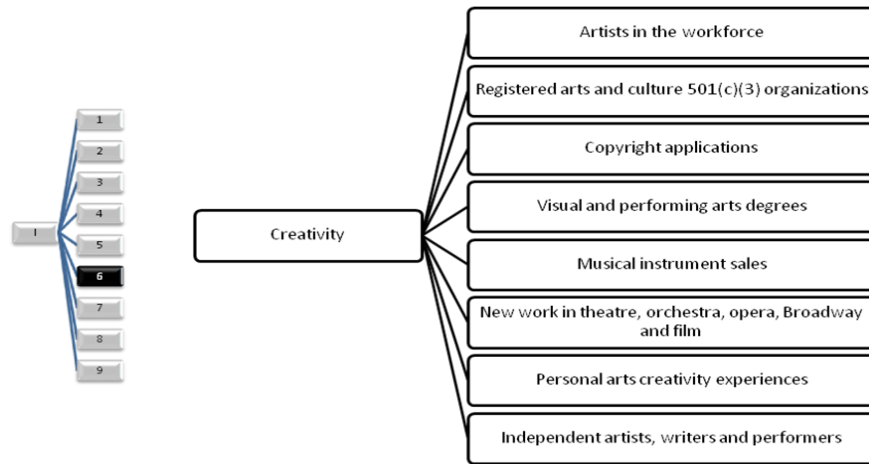
Figure 14 : Indicateurs de la participation



La figure 15 présente les indicateurs développés dans le cadre de la créativité. Ainsi, aux indicateurs « classiques » chiffrant le nombre d'artistes ou les ventes d'instruments de musique, se retrouvent des éléments très pertinents tels que le nombre d'organisations culturelles. Cet aspect, pourtant essentiel à une appréhension exhaustive des arts et de la culture, est peu abordé au sein d'autres cadres nationaux. Les artistes

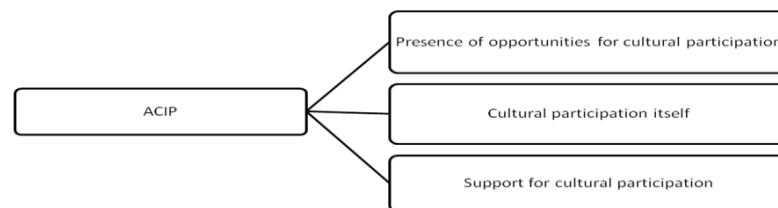
indépendants sont aussi pris en compte. Soulignons également que les expériences créatives personnelles sont considérées.

Figure 15 : Indicateurs de la créativité



Les États-Unis ont également développé un Arts and Culture Indicators Project (ACIP), figure 16, qui examine particulièrement la participation culturelle. Les figures 17, 18 et 19 (voir les pages suivantes) présentent les indicateurs développés afin de mesurer ces aspects. Un très bon équilibre est présenté concernant la variété d'impacts de la culture, les différents éléments de la chaîne de valeur, ainsi que les aspects aussi bien quantitatifs que qualitatifs. Sur ce dernier point, on s'intéresse particulièrement au discours concernant les arts et la culture dans les médias. L'intégration de la culture au sein d'autres secteurs des politiques publiques (l'éducation ou le développement communautaire, par exemple) est aussi considérée. Le Creative Vitality Index de la Californie s'intéresse aussi aux aspects associés au bénévolat ainsi qu'aux organisations.

Figure 16 : Arts and Culture Indicators Project (ACIP)

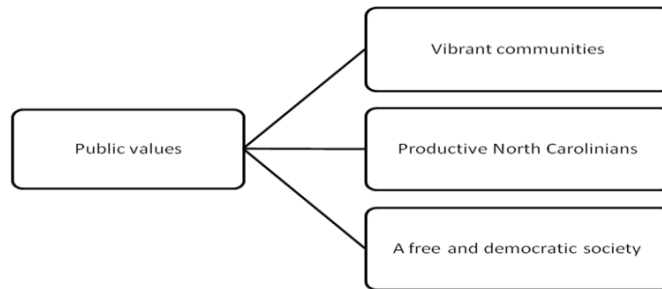


Source: The Urban Institute. *Cultural Vitality in Communities: Interpretation and Indicators*, 2006.

La Caroline du Nord présente des aspects particulièrement intéressants. L'économie créative y est en effet définie à partir de valeurs publiques (figure 20) déclinées selon trois axes : une communauté dynamique, la productivité des individus et une société libre et démocratique. Cette notion de société libre et démocratique est intéressante puisqu'elle élargit de façon décisive les impacts de la culture. Les figures 21, 22 et 23 (voir pages suivantes) détaillent les indicateurs de ce cadre opératoire. Plusieurs aspects

retiennent l'attention. Dans le cadre de la communauté, soulignons une citoyenneté active, l'accès à une variété d'expériences, l'attractivité des lieux culturels, l'authenticité. La notion de productivité implique quant à elle des éléments aussi bien économiques (santé de l'économie, travailleurs) que sociaux (qualité de l'éducation, apprentissage continu, santé des individus).

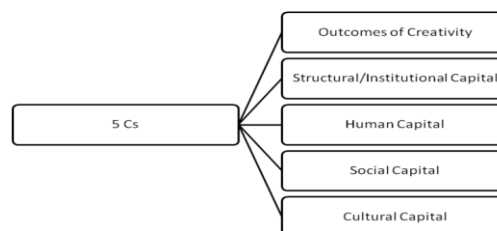
Figure 20 : Valeurs publiques



Source: North Carolina Art Council. *Creative Economy : The Arts Industry in North Carolina*, 2007.

De son côté, Hong Kong a été un précurseur en ce qui concerne la créativité. Le Creativity Index, développé en 2003, constitue une contribution majeure. Cinq dimensions (les cinq 'C') sont repérées (figure 24) : les résultats de la créativité, le capital institutionnel/structurel, le capital humain, le capital social, et le capital culturel.

Figure 24 : Hong Kong Creativity Index



Source: Centre for Cultural Policy Research – The University of HK A Study on Creativity Index, 2003.

Comme on peut le constater dans les figures 25, 26, 27 et 28 (voir les pages suivantes), de multiples indicateurs sont développés. Le cas du capital culturel (figure 29) est particulièrement intéressant. Il se décline en effet selon une arborescence très détaillée, combinant d'abord les dépenses culturelles (quantitatif) et les normes et valeurs (qualitatif). Ces dernières sont ensuite traduites selon l'attitude face aux activités culturelles, les facteurs environnementaux et la participation culturelle. L'attitude se précise davantage selon cinq indicateurs présentés dans la figure 30. Hong Kong présente ainsi une arborescence composée de quatre niveaux, ce qui en fait un cas d'exception et permet un degré particulièrement élevé de précision concernant les indicateurs.

Comme l'Australie, la Nouvelle-Zélande a considérablement développé la notion d'économie créative. La figure 31 présente les cinq grands indicateurs proposés :

l'engagement (associé à la participation), l'identité, la diversité, la cohésion sociale et le développement économique.

Figure 17 : *Présence d'opportunités pour la participation culturelle*

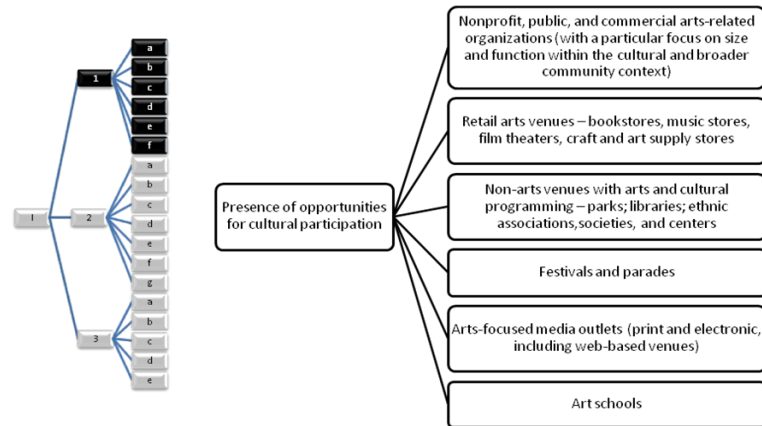


Figure 18 : *Participation culturelle en tant que telle*

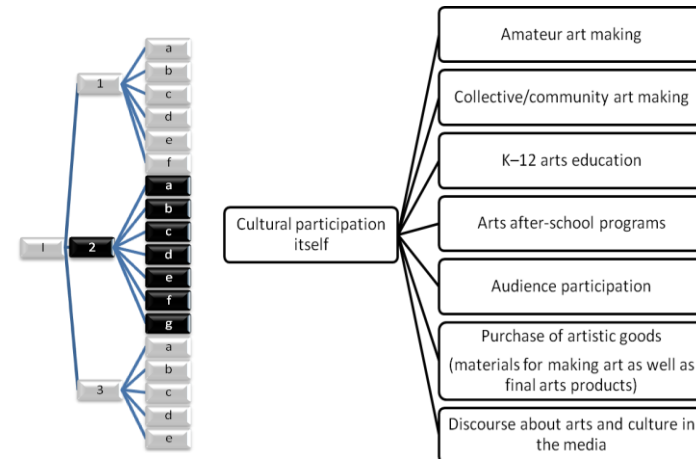


Figure 19 : *Support à la participation culturelle*

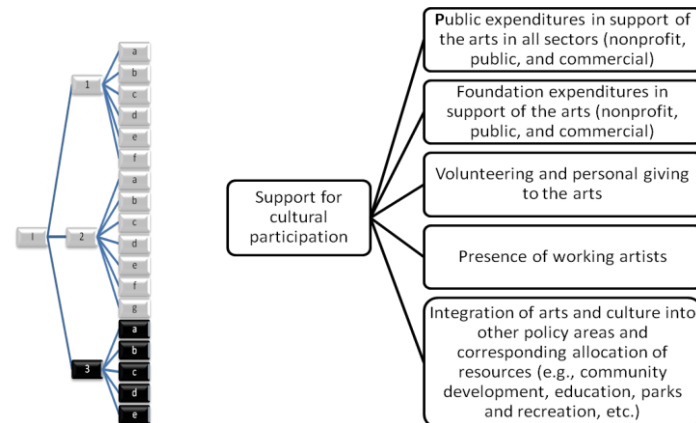


Figure 21 : Des communautés dynamiques

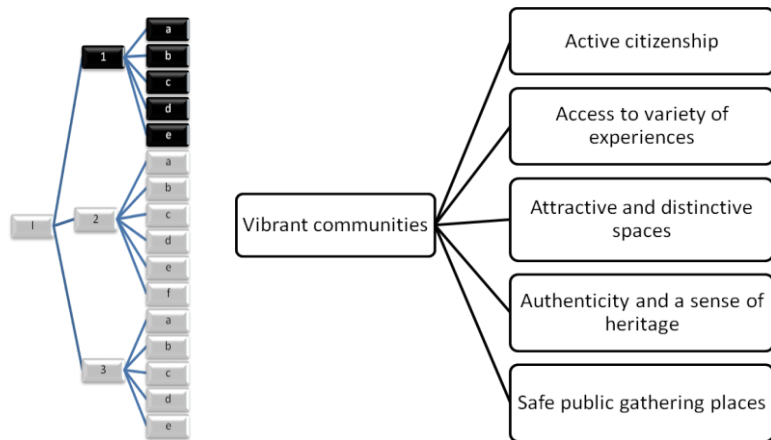


Figure 22 : Des citoyens productifs

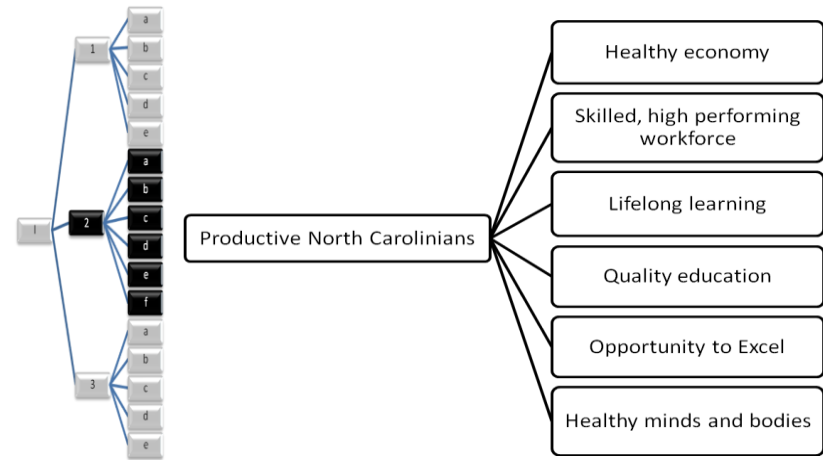


Figure 23 : Une société libre et démocratique

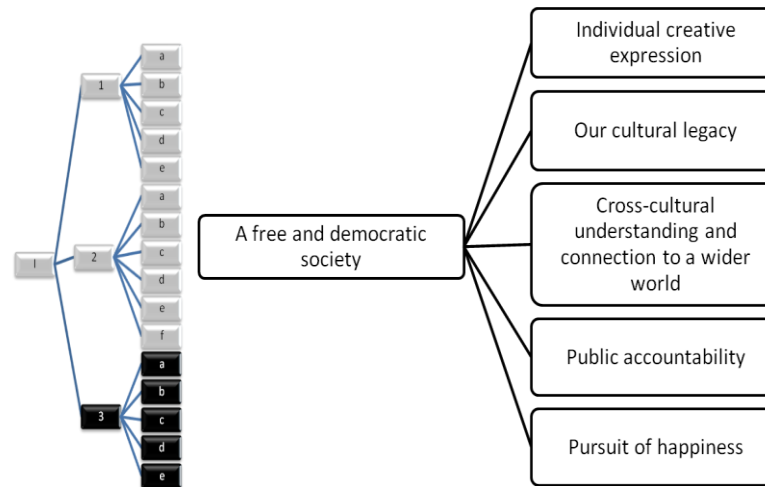
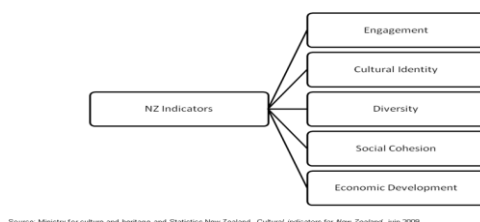


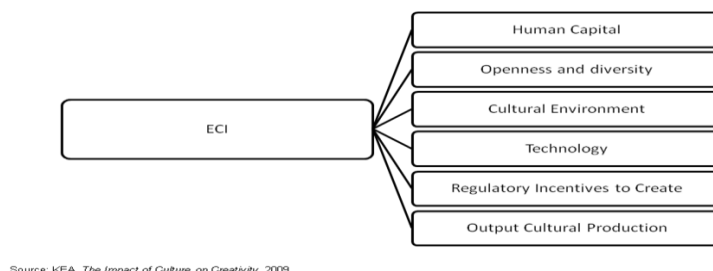
Figure 31 : Indicateurs de la Nouvelle-Zélande



Les figures 32, 33, 34, 35 et 36 (voir les pages suivantes) montrent la spécification des indicateurs. On note un équilibre intéressant entre les aspects économiques et culturels, quantitatifs et qualitatifs. La notion de diversité, relativement peu présente ailleurs mais pourtant adoptée par de nombreux pays dans le cadre de la *Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles* de l'UNESCO, est ici particulièrement bien développée.

Mentionnons enfin le European Creativity Index (figure 37), composé de six axes importants : le capital humain, l'ouverture et la diversité, l'environnement culturel, la technologie, les incitatifs associés aux politiques publiques, et la production culturelle.

Figure 37 : The European Creativity Index



Les figures 38 à 43 (voir les pages suivantes) présentent l'arborescence des indicateurs proposés.

Il va de soi que d'autres cas auraient pu être présentés. Par exemple, même si elle n'a que très récemment intégré le vocabulaire de la créativité, la France présente un bon équilibre concernant les indicateurs. L'ensemble de la chaîne de valeur est considérée, de même que les impacts diversifiés de la culture et les éléments plus qualitatifs (par exemple, les références interculturelles, les représentations, etc.). Les technologies numériques sont particulièrement abordées, ce qui n'apparaît pas toujours de façon très explicite au sein d'autres cadres nationaux. L'importance des territoires (villes, régions, etc.) est aussi prise en compte, de même que les droits d'auteur (copyright).

Nous avons retenu les exemples ici présentés en raison de leurs caractéristiques particulières présentant un bon équilibre entre, d'une part, les objectifs de politiques et les indicateurs et, d'autre part, les quatre dimensions de ces derniers, à savoir les secteurs/occupations, la chaîne de valeur, les impacts, et les volets quantitatifs/qualitatifs. Le lecteur doit toutefois impérativement analyser de façon détaillée chacun des pays à partir des éléments fournis en annexe.

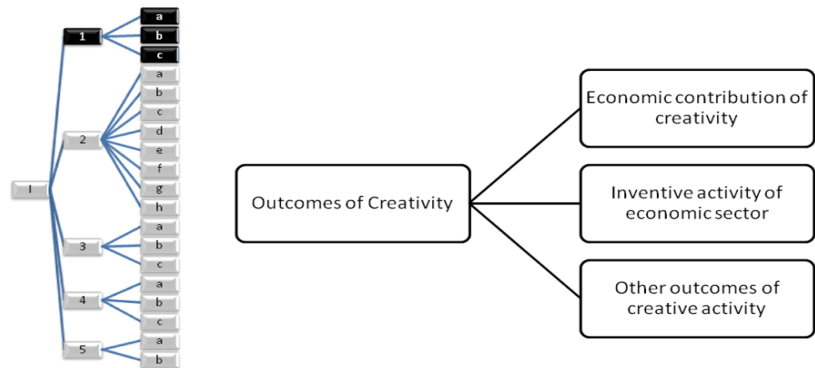
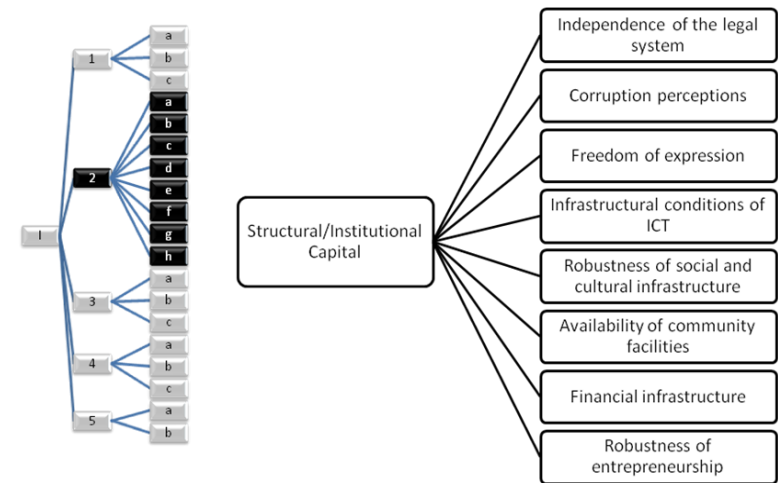
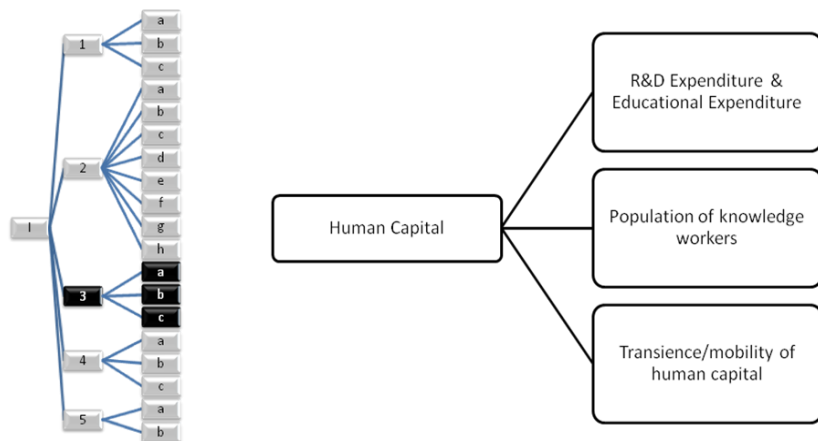
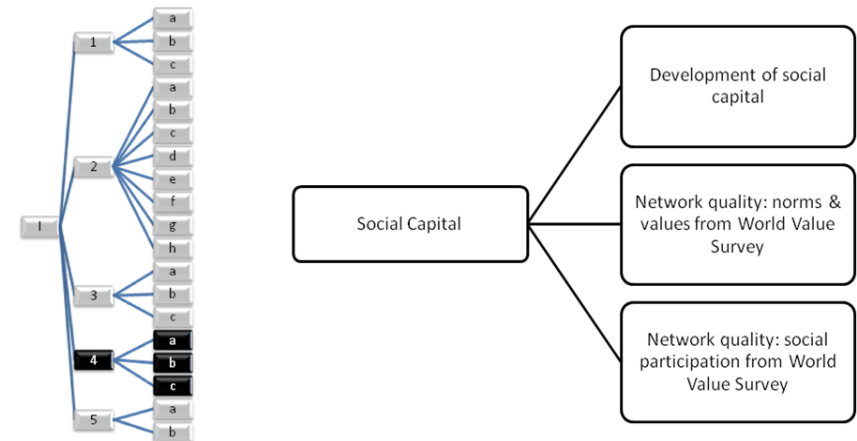
Figure 25 : *Impacts de la créativité*Figure 26 : *Capital structurel/institutionnel*Figure 27 : *Capital humain*Figure 28 : *Capital social*

Figure 29 : Capital culturel

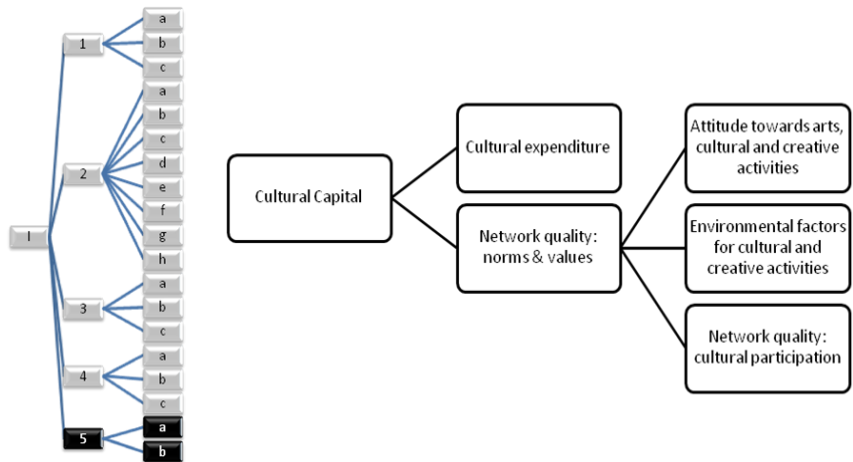


Figure 30 : Qualité du réseau : normes et valeurs

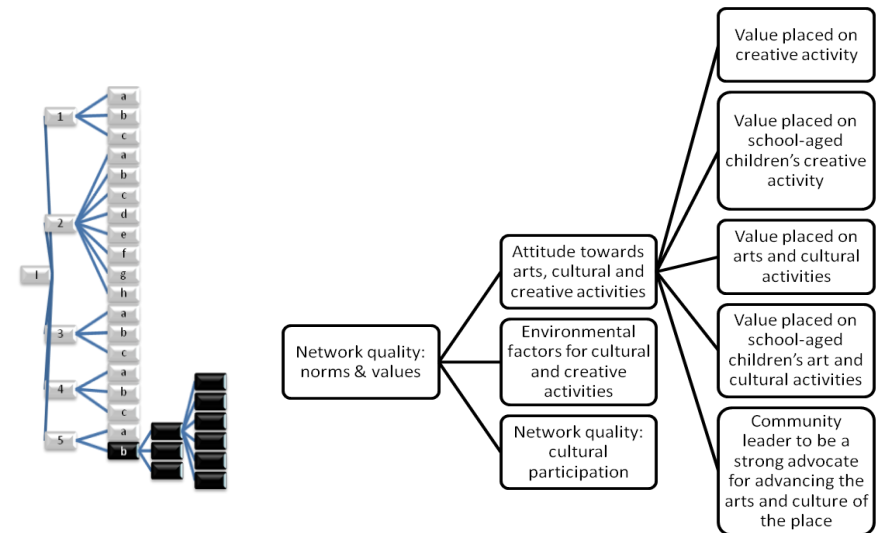


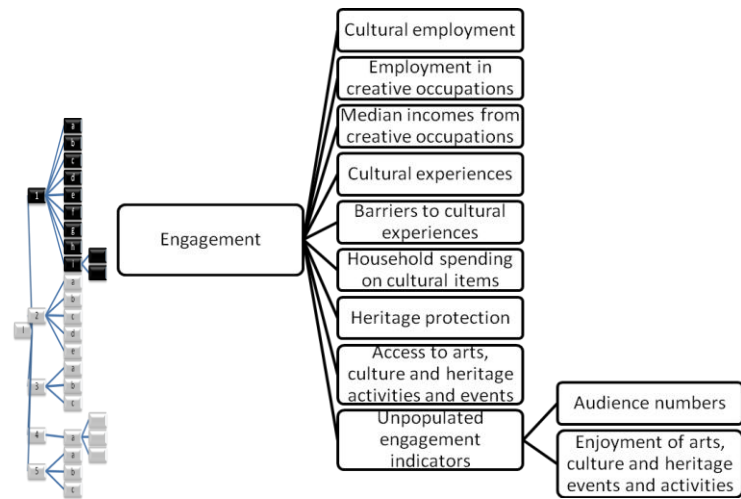
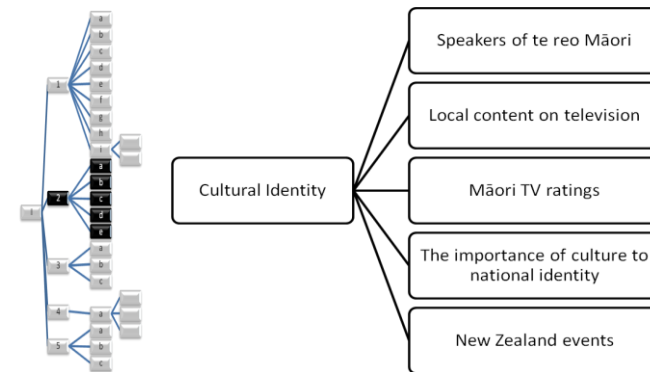
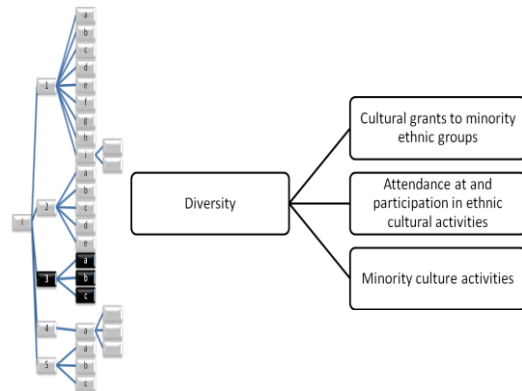
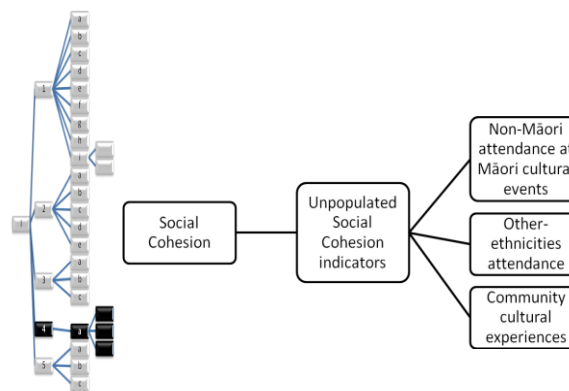
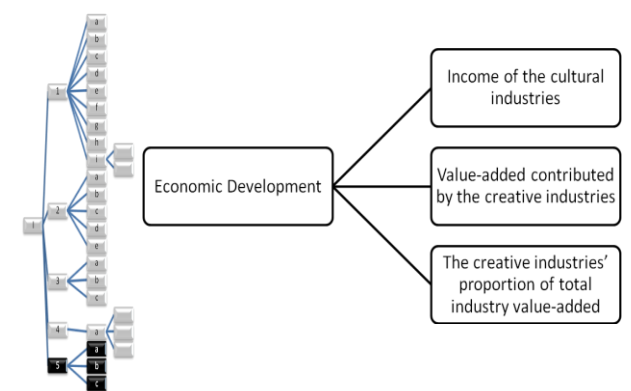
Figure 32 : *Implication*Figure 33 : *Identité culturelle*Figure 34 : *Diversité*Figure 35 : *Cohésion sociale*Figure 36 : *Développement économique*

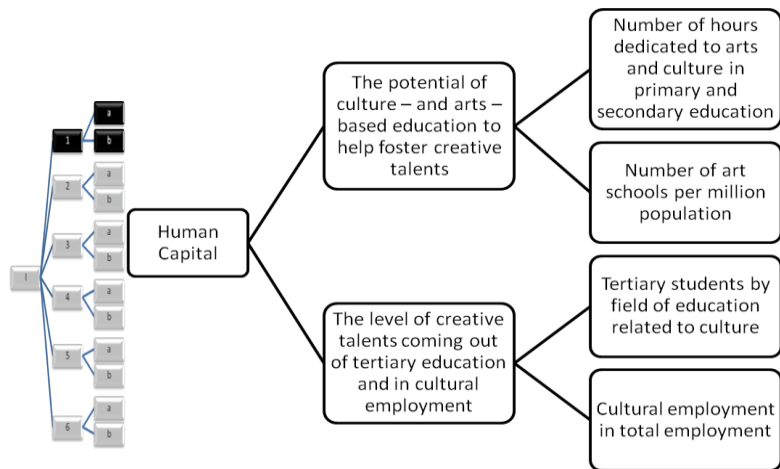
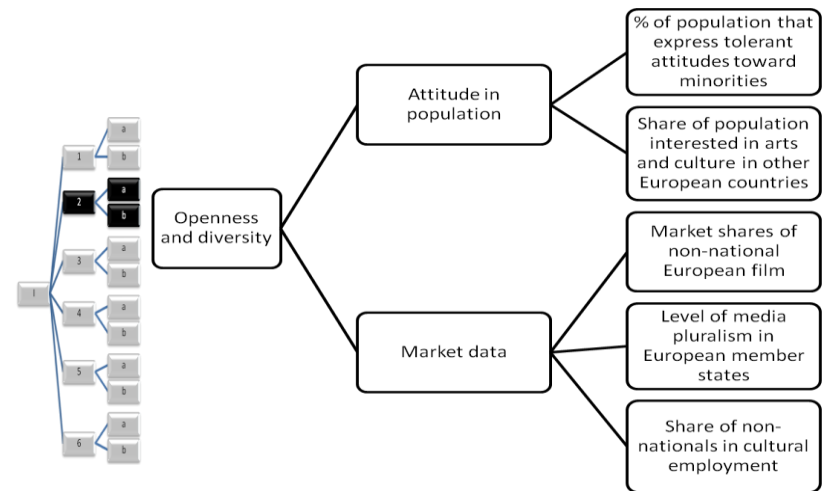
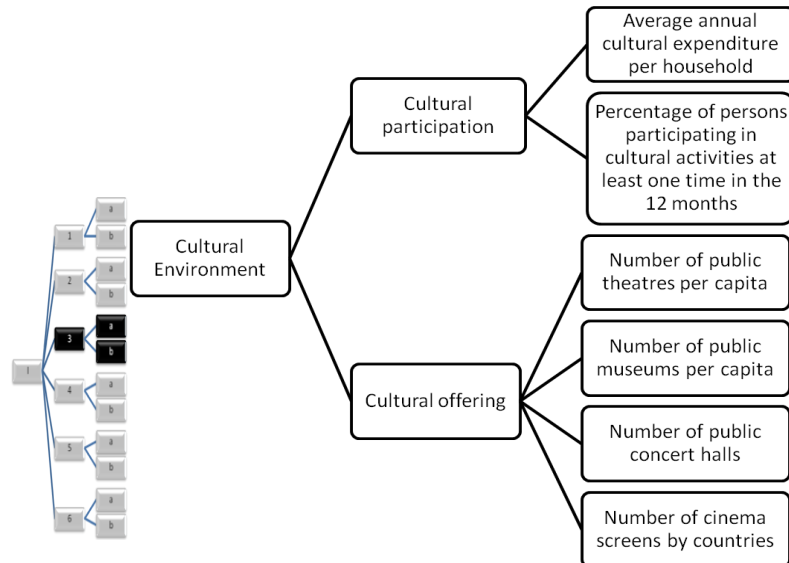
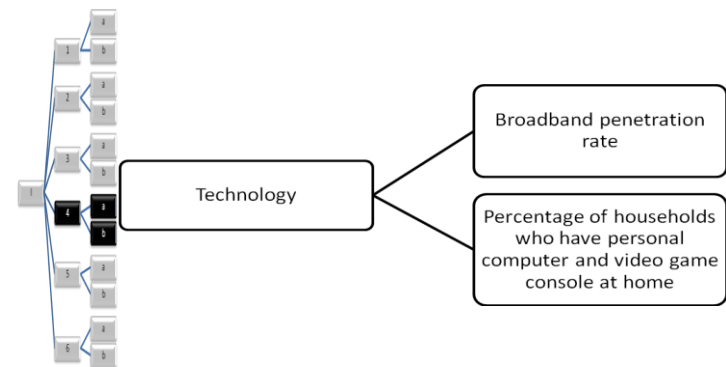
Figure 38 : *Capital humain*Figure 39 : *Ouverture et diversité*Figure 40 : *Environnement culturel*Figure 41 : *Technologie*

Figure 42 : Incitatifs gouvernementaux

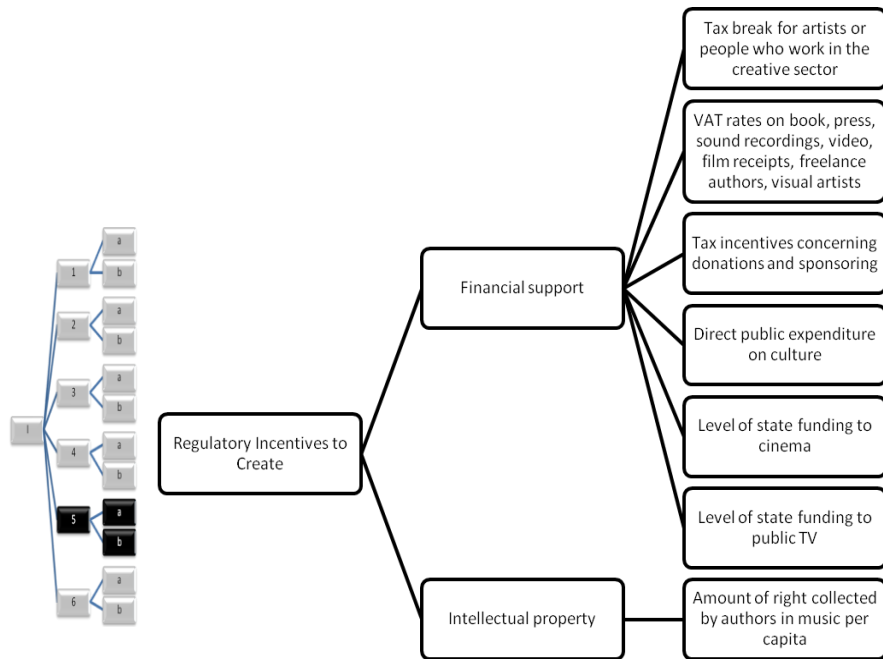
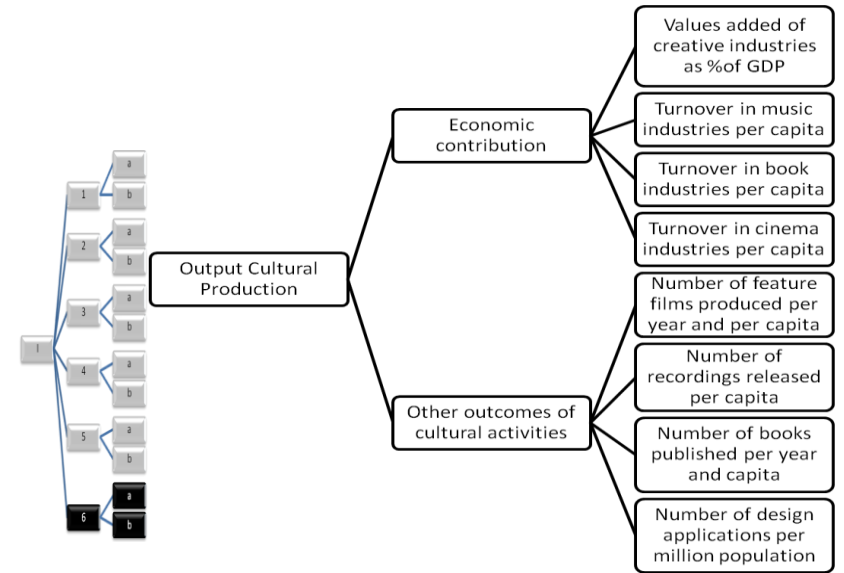


Figure 43 : Impacts économiques



CONCLUSION

L'objectif principal de ce rapport était double : proposer une synthèse de la recherche portant sur l'économie créative ainsi que présenter les indicateurs développés par plusieurs pays. Sur le premier point, nous avons montré que la recherche était particulièrement riche et s'alimentait de nombreuses sources provenant de multiples perspectives disciplinaires. Plusieurs approches ont de la sorte été considérées. Nous avons globalement relevé deux tendances. La première tend à élargir la notion d'économie créative, intégrant dans son périmètre de plus en plus de secteurs et d'occupations, tandis que la seconde propose plutôt un recentrement sur la dimension culturelle de l'économie créative, et ce afin de ne pas « diluer » la notion de culture dans un « tout créatif » qui n'aurait finalement que peu à voir avec la dimension culturelle.

Sur le second point, nous avons proposé un modèle conceptuel et opératoire combinant les objectifs des politiques et les indicateurs, eux-mêmes déclinés selon quatre composantes : les secteurs/occupations, la chaîne de valeur, les impacts, et les aspects quantitatifs et qualitatifs. Le but premier est d'atteindre une adéquation optimale entre les objectifs des politiques et les indicateurs développés. Globalement, les objectifs ciblent trois grandes dimensions : économique, culturelle et sociale. La dimension économique est souvent prépondérante, à l'exception des pays présentés dans la deuxième partie. Les indicateurs se situent aussi majoritairement du côté économique. Le second objectif est de bien considérer les quatre composantes. À cet égard, la plupart des pays ont bien développé les secteurs/occupations et réfléchi sur cette question, certains n'hésitant pas à élargir considérablement la notion de créativité. D'autres privilégient plutôt un déploiement modéré de la notion. Les pratiques des pays rejoignent ainsi les grandes tendances repérées au sein de la littérature scientifique. La chaîne de valeur, de la production à la consommation-participation, est aussi globalement assez bien développée. Elle se situe toutefois encore majoritairement du côté des « inputs », à savoir la production culturelle, ainsi que des « outputs », soit la consommation. Les aspects associés à la participation culturelle, dans ses multiples dimensions, sont peu développés. Il en va de même des impacts, lesquels se concentrent sur le volet économique, laissant de côté les dimensions plus sociales (à l'exception, encore une fois, des pays présentés dans la seconde partie). Il en découle que les indicateurs sont nettement plus quantitatifs que qualitatifs. Des efforts importants doivent à cet égard être déployés afin de développer ces derniers, et ce dans un souci d'intégration entre les quatre composantes ainsi qu'avec les objectifs plus culturels et sociaux des politiques.

Cette recherche, nous l'avons souligné en introduction, comporte ses limites. L'étendue de la recherche bibliographique et des pays considérés empêche une analyse détaillée des diverses situations. Nous avons à cet égard proposé un regard englobant tout en se concentrant sur certains cas qui nous apparaissaient particulièrement intéressants sur le plan du développement des indicateurs. Par ailleurs, les différentes méthodologies et moyens utilisés afin de « collecter » les indicateurs n'ont pu être abordés. D'autres travaux devraient aborder ces questions.

Notre recherche propose cependant un modèle conceptuel et opératoire (figure 4) original permettant de bien comprendre les dynamiques associées aux indicateurs de l'économie créative, et ce dans un souci d'adéquation avec les objectifs des politiques. Chaque pays peut ainsi se situer dans ce cadre et évaluer le développement de ses multiples dimensions (secteurs/occupations, chaîne de valeur, impacts, quantitatifs/qualitatifs). L'objectif n'est pas nécessairement de proposer un élargissement extensif des secteurs/occupations. Nous avons d'ailleurs vu que différents courants s'opposaient. À cet égard, il nous apparaît particulièrement important de ne pas adopter une définition de la créativité qui évacuerait la notion même de culture. Il s'agit là d'un débat fondamental, et ce sur les plans aussi bien théorique qu'empirique. Il demeure toutefois essentiel d'établir une *cohérence* entre les objectifs de politiques et les indicateurs, ainsi que de développer de façon adéquate les quatre composantes de ces derniers. Voilà des aspects qui méritent une attention soutenue, détaillée et critique.

ANNEXE :
TABLEAUX DES INDICATEURS

ALLEMAGNE

Gouvernement/ Organisation/ Sources	Définitions/Objectifs	Indicateurs	
Ministère fédéral de l'économie et des technologies (Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie) <i>Forschungsbericht n°577, février 2009</i> http://www.bmwi.de/BMWi/Navigation/Wirtschaft/Branchenfokus/kultur-kreativwirtschaft,did=246488.html	- <u>industrie de la musique</u> (musiciens indépendants/compositeurs, groupe de musiciens et de danseurs, distribution dans le secteur musical, organisateur au théâtre ou de concert, théâtre, opéra, etc., autres intervenants dans le service culturel, commerce d'instruments et de partitions) - <u>industrie du livre</u> (écrivains indépendants, éditeurs, libraires) - <u>art</u> (artistes plastiques indépendants, commerce artistique, boutiques de musée et expositions artistiques) - <u>industrie cinématographique</u> (acteurs indépendants, producteurs de films, de vidéo, distributeurs de films et vidéos, cinémas) - <u>radiodiffusion</u> - <u>marché des arts vivants</u> (acteurs indépendants, artistes indépendants, troupes de théâtres, organisateurs de concerts et représentations théâtrales, théâtre, opéra, etc., cabarets, autres intervenants dans le service culturel, écoles de danse, autres intervenants du divertissement) - <u>design</u> (industrie du design, graphisme, design industriel, stylisme, publicité) - <u>architecture</u> (cabinets d'architecture d'intérieur et de bâtiment, cabinets d'architecture d'aménagement local, régional et national du territoire, cabinets d'architecture paysagiste) - <u>presse</u> (journalistes indépendants, correspondants et bureaux de presse, publication d'annuaires, publication de journaux, publication de revues, autres publications) - <u>publicité</u> (conception publicitaire, distribution publicitaire) - <u>industrie des jeux vidéo et des programmes informatiques</u> (publication de programmes informatiques, conseil en programmation et en développement) - <u>autres</u> (restaurateurs indépendants, bibliothèques/archives, mémoriaux, jardins zoologiques et botaniques, foires et parcs d'attraction)	- nombre d'entreprises actives - chiffre d'affaires des entreprises - nombre d'actifs - nombre de travailleurs assurés social - nombre de travailleurs dont le revenu est inférieur à 400€ par mois - nombre de travailleurs dont le revenu est inférieur à 400€ et dont l'activité ne constitue pas l'activité principale	- pourcentage d'entreprises réalisant un chiffre d'affaire compris dans un certain ordre de grandeur - pourcentage de chiffre d'affaires réalisé par l'ensemble des entreprises d'une catégorie sur le chiffre d'affaire global réalisé - <u>Répartition, par ordre de grandeur du chiffre d'affaire, en pourcentage et en valeur absolue, dans les catégories suivantes</u> - compositeurs - troupes de danse et de musique - artistes plasticiens - artistes de scène - écrivains - journalistes - <u>Répartition hommes-femmes des artistes</u>
Bureau fédéral des statistiques Statistische (Ämter des Bundes und der Länder) <i>Kulturstatistiken : Kulturindikatoren auf einen Blick, Ein Ländervergleich, 2008</i> http://www.destatis.de/je		Indicateurs de production culturelle <u>Mémoriaux, musées et bibliothèques</u> - dépenses publiques pour la protection et l'entretien des mémoriaux - emprunts et entrées dans les bibliothèques - visites de musée - <u>Arts</u> - nombres d'artistes assurés sociaux	- présences à une représentation théâtrale - nombres de membres d'une chorale ou d'un groupe de chant - <u>Média</u> - ventes de journaux locaux ou régionaux - ventes de livres en première parution - programmes culturels à la

tspeed/portal/cms/Sites/de/estatis/Internet/DE/Navigation/Statistiken/BildungForschungKultur/Kultur/Kulturstatistik.psm		radio ou la télévision - nombre d'entrées au cinéma <u>Informations générales</u> - pourcentage de la population active travaillant dans le domaine de la culture - dépenses publiques dans le domaine de la culture - part d'enseignement artistique pour les élèves lors des deux dernières années d'enseignement secondaire dans les écoles dispensant un enseignement général - proportion de diplômés dans le domaine culturel et artistique au terme d'études de premier cycle - rapport entre le nombre d'étudiants et le nombre de formateurs dans les domaines culturels et artistiques	- proportion des élèves fréquentant une école de musique publique répartis selon leur âge - taux de présence des programmes « culture et diversité » des universités populaires (<i>Volkshochschule</i>) Indicateurs à la réception culturelle - ménages équipés en matériel électronique de divertissement - ménages équipés d'un ordinateur et d'une connexion internet - dépenses des ménages pour différents biens culturels
BADE-WURTEMBERG Institut des statistiques http://www.statistik.baden-wuerttemberg.de/BildungKultur/Indikatoren/		<u>Nombre de :</u> - visites dans les théâtres subventionnés - visites d'orchestres - visites de cinéma - supports en bibliothèque - emprunts en bibliothèque	
BASSE-SAXE Niedersächsisches Institut für Wirtschaftsforschung <i>Kulturwirtschaftbericht Niedersachsen 2007, 2007</i> http://cdl.niedersachsen.de/blob/images/C46380007_L20.pdf	<u>Industries culturelles</u> - arts visuels - arts vivants - patrimoine culturel - films et vidéos - télé et radiodiffusion - jeux vidéo - musique - livres et presse <u>Industries créatives</u> - conception - architecture - publicité <u>Industries apparentées</u> : fabricants de lecteurs MP3, d'ordinateurs, etc.	- montant des impôts prélevés sur le chiffre d'affaires des entreprises de ce secteur - montant des dépenses publiques dans chacun des domaines - répartition des modes de financement de l'art et de la culture et de leur montant	
BREME Institut des statistiques		<u>Nombre de :</u> - manifestations organisées dans les théâtres régionaux	régionaux - visites enregistrées dans les musées régionaux

http://www.statistik.bremen.de/sixcms/detail.php?gsid=bremen65.c.1865.de		- visites enregistrées dans les théâtres bibliothèques - supports - emprunts en bibliothèque - visites lors de manifestations culturelles ou sportives à la salle polyvalente de Brême	- personnes inscrites dans les - personnel artistique et technique occupant un poste dans les établissements supérieurs régionaux
HESSE Institut des statistiques http://www.statistik-hessen.de/themenauswahl/bildung-kultur-rechtspflege/index.html		<u>Théâtres</u> <u>Nombre de :</u> - communes disposant d'un théâtre - sociétés de théâtre - salles de représentation - représentations - visites - visites en fonction du type d'activité <u>Bibliothèques spécialisées</u> - nombre de supports - nombre de périodiques disponibles - nombre d'emprunts - dépenses destinées à l'acquisition - nombre d'utilisateurs actifs	<u>Bibliothèques municipales</u> - nombre et répartition - nombre de supports disponibles et répartition selon les types de support - nombre d'emprunts enregistrés et répartition selon les types de support - nombre d'utilisateurs actifs - dépenses et répartition des dépenses entre les frais de personnel et d'acquisition <u>Musées</u> - nombre de musées et répartition selon les types - nombre de visites répertoriées - nombre de manifestations
RHENANIE DU NORD WESTPHALIE NRW. Bank (Nordrhein-Westfalen) <i>Kultur- und Kreativwirtschaft, Ökonomische Impulse für Nordrhein Westfalen</i> http://www.kreativeoeko-	Inclus les entreprises culturelles et créatives orientées vers la publication ou vers la création, la production et la distribution de biens culturels et créatifs ou la prestation de services dans les secteurs culturel et créatif. <u>Industries culturelles</u> - édition / industrie musicale - industrie du film - radiodiffusion - groupes artistiques - bureaux journalistiques - boutiques de musée / expositions artistiques - commerce de biens culturels - marché de l'architecture - économie du design <u>Industries créatives</u> - publicité - industrie des programmes informatiques et des jeux vidéo	- nombre d'entreprises - chiffre d'affaires des entreprises - nombre d'actifs assurés sociaux et indépendants - nombre de travailleurs - nombre de création d'entreprises dans les secteurs créatifs et culturels - évolution du chiffre d'affaires des entreprises des secteurs culturels et créatifs par rapport au chiffre d'affaires global de toutes les entreprises de NRW dans tous les secteurs	- nombre d'entreprises dans chacun des onze secteurs - chiffre d'affaires des entreprises dans chacun des onze secteurs - nombre d'actifs dans chacun des onze secteurs - répartition du nombre d'entreprises en fonction de leur taille et de leur chiffre d'affaires - volume des investissements en fonction des secteurs, et du type d'entreprises classées selon leur chiffre d'affaires
SAXE Institut des statistiques	<u>Industries culturelles</u> - industries de la musique - marché du livre - marché de l'art	- répartition des entreprises œuvrant dans les domaines culturels et créatifs au sein du Land	

Staatsministerium für Wirtschaft und Arbeit und Verkehr, Staatsministerium für Wissenschaft und Kunst <i>Kulturwirtschaft 2008, 2008</i> http://www.statistik.sachsen.de/21/07_05/07_05_tabellenliste.asp http://www.sachsen.de/kultur.html	- industrie cinématographique - radiodiffusion - marché des arts vivants - design - architecture - presse <u>Industries créatives</u> - publicité - industrie du jeu/des programmes informatiques - artisanat		
THURINGE Institut des statistiques Thüringer Kulturministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur <i>Kulturwirtschaftbericht</i> http://www.tls.thueringen.de/seite.asp?aktiv=dat01&startbei=datenbank/default2.asp http://www.thueringen.de/de/tmbwk/kulturportal/	<u>Industries culturelles</u> - industries de la musique - marché du livre / presse - marché de l'art - industrie cinématographique et télévisuelle - théâtre - design - architecture - artisanat - publicité - activité en amont des industries créatives (ex. : fabricants d'instruments de musique) - activités faisant partie des industries culturelles et des industries créatives : - artistes individuels - écrivains - journalistes - artistes - restaurateurs - éditeurs - studios - salles de concerts - salles de cinéma - cabarets - activités en aval des industries créatives (ex. : discothèques) <u>Industries créatives</u> - intervenants susmentionnés (également définis par leur rôle au sein des industries culturelles) - intervenants du domaine de la publicité, de la programmation et de la conception de programmes informatiques	<u>Salles de cinéma</u> - nombre de salles de projection - nombre de places disponibles - nombre de visites <u>Musées</u> - nombre de musées - nombre de visites enregistrées - nombre d'expositions <u>Théâtres</u> - nombre de théâtres - nombre de salles polyvalentes - nombre de représentations à domicile - nombre de visiteurs enregistrés - modes de financement des industries culturelles - emplois liés à ce secteur (statistiques sur le nombre de travailleurs et d'actifs assurés sociaux) - manifestations et établissements culturels et leur signification en termes d'économie et de marché du travail	

ARGENTINE

Gouvernement/ Organisation/ Sources	Définitions/ Objectifs	Indicateurs	
Observatoire des industries créatives, ville de Buenos Aires <i>Tableau bilan des industries culturelles Argentines 1998 – 2008</i> http://oic.mdebuenosaires.gov.ar/system/content.php?id_cat=5	Argentine : A Buenos Aires : BA Association argentine des droits d'auteur et de la propriété intellectuelle : AADI Conseil argentin pour la protection de la propriété intellectuelle : CAPIF - éditorial, livres - musique - publicité - audiovisuel / cinéma - télévision par câble - vidéo - internet - téléphonie - arts scéniques et visuels, bibliothèques, musées et centres culturels - software et jeux vidéo	<u>Éditorial, livres</u> - nombre total de livres vendus - taux de volumes imprimés (A) - titres édités (A) - nombre total édités (BA) - titres édités (BA) - maisons éditoriales (BA) - revues : circulation brute (BA) (en milliers d'exemplaires) - revues : circulation brute (A) (en milliers d'exemplaires) - journaux et publications périodiques, circulation nette (BA) - journaux et publications périodiques, circulation nette (A) <u>Musique</u> - unités vendues - total de ventes (en pesos) - prix moyen d'un CD (en pesos) <u>Taux d'unités vendues :</u> - CD - cassette - DVD - Genre musique local - Genre Classique - en espagnol - anglais et autres - compilations <u>Publicité</u> - total des investissements publicitaires (A) - total des investissements publicitaires à prix fixe (A) - investissements publicitaires – TV ouverte (BA) - investissements publicitaires – TV (A) - investissements publicitaires – TV Cable (en milliers de pesos) - investissements publicitaires – journaux (BA) (en milliers de pesos) - investissements publicitaires – journaux (A) - investissements publicitaires – revues (A) - investissements publicitaires – revues - investissements publicitaires – radio (BA) - exportation de biens et produits du design (A) (en milliers	- investissements – Internet <u>Audiovisuel - Cinéma</u> - nombre de spectateurs (A) - nombre de spectateurs (BA) - total d'écrans (A) - total de salles (A) - total de premières (A) <u>Télévision par câble</u> - nombre de câblodistributeurs (A) - nombre de câblodistributeurs à 4 ^e trimestre - nombre de souscripteurs (BA) - nombre de souscripteurs (A) - total facturé <u>Vidéo</u> - nombre d'entreprises - total de titres édités - total d'unités vendues <u>Internet</u> - total d'ordinateurs (A) (en milliers) - nombre d'utilisateurs de l'Internet (A) - nombre de connexions résidentiels - taux d'utilisation résidentiel du Dial-up - taux d'utilisation résidentielle gratuite - taux d'utilisation résidentielle haute vitesse <u>Téléphonie</u> <u>Total de :</u> - lignes fixes installées (BA) - lignes fixes installées (A) - téléphones portables (A) - abonnées au service de téléphonie mobile (BA) - téléphones fixes par 100 habitants (A) - téléphones portables par 100 habitants (A) <u>Arts scéniques et visuels, bibliothèques, musées et centres culturels</u> - nombre de spectateurs au théâtre (BA) - nombre de spectateurs au théâtre officiel - nombre de spectateurs au théâtre commercial - assistance aux musées et centres d'arts visuels (BA) - taux d'assistance aux musées d'arts visuels (BA) <u>Commerce extérieur</u>

		US\$) - taux de variation de la valeur ajoutée du design (A) - participation du secteur au PIB national à prix fixes <u>Software et jeux vidéo</u> - total facturé par le secteur (A) (en milliers pesos) - total de personnes employées - exportations du secteur (en milliers pesos) - total par droits d’auteur - total collecté par droits d’auteur en Argentina - AADI-CAPIF : taux de recollection (BA) <u>Information générale liée à la culture</u> - investissements publiques en culture - dépenses en culture par foyer - budget pour le fonctionnement des ministères. - taux fonctionnel culture - investissements en culture par habitant - taux du budget maison pour divertissements et culture (A)	- exportation des services créatifs (A) (en milliers de US\$) - total d’exportations (A) - exportation des biens culturels (A) <u>Emplois</u> - personnel travailleur en industries créatives - personnel travailleur en industries de design intensif - total emploi (BA) - taux de personnes occupées dans l’industrie éditoriale et graphique - taux de personnes occupées dans l’audiovisuel - taux de personnes occupées dans la phonographie - taux de personnes occupées en services créatifs connexes - taux de personnes occupées en arts scéniques et visuels <u>Valeur ajoutée</u> - industries créatives à prix réguliers (BA) - industries créatives à prix fixés(BA) - industries de design intensif (BA)
Observatoire des industries créatives OIC, ville de Buenos Aires Ministère du développement économique, Direction des industries créatives, Direction du commerce extérieur <i>L’économie créative de la ville de Buenos Aires. Définitions et premières estimations, 2003 – 2007, Buenos Aires, 2008, 126 pages</i> www.buenosaires.gov.ar/observatorio http://observatorioic.blogspot.com	<u>Valeur ajoutée de l’économie créative (BA)</u> - évolution et composition des industries créatives - organisation par secteurs d’activité - évolution des activités - coefficients de valeur ajoutée <u>Contribution de l’économie créative à l’emploi (BA)</u> - évolution de l’emploi dans les industries créatives (1996 – 2007) - composition de l’emploi par secteurs d’activité et par activités - mesure de chaque secteur - productivité du travail des industries créatives <u>Commerce extérieur de biens et services créatifs (A)</u> - commerce extérieur de biens créatifs - commerce extérieurs de biens culturels - exportation de biens culturels - importation de biens culturels - balance commerciale de biens culturels - balance commerciale de biens et intrants additionnels - exportation de biens créatifs - exportation de services créatifs - importation de services créatifs - balance commerciale des services créatifs - commerce extérieur de biens et services créatifs - services créatifs connexes (informatique, jeu vidéo, Internet, architecture, publicité, agences de nouvelles, bibliothèques, archives et musées) - exhibition de films et bande-vidéo	Indicateurs par secteur d’activité - participation dans l’économie de chacun des secteurs par activités – 2007 - évolution de la valeur ajoutée par secteur à prix fixe -taux de variation par activité à prix fixe dans les industries créatives de la ville - participation du secteur au total des industries créatives Indicateurs de valeur ajoutée par secteur <u>Éditorial, graphique et phonographique</u> - édition et imprimerie, reproduction des enregistrements - édition de journaux, revues et publications périodiques - vente en gros de livres revues, journaux, papier, carton, papier d'emballage et articles de papeterie. - vente au détail de livres, journaux, papier, carton, papier d'emballage et articles de papeterie. <u>Arts scéniques et visuels</u> - vente en détail d'articles de collection, œuvres d'art et articles d'art - services du théâtre, services musicaux et services artistiques réalisés - services du théâtre, services musicaux et services artistiques publics - services du théâtre, services musicaux et services artistiques privés - services de présentation de spectacles, artistiques et de divertissement - audiovisuel - services de transmission de radio et télévision - services de transmission de sons, images, données et informations - production et distribution de films et bande-vidéo Industries de design intensif (textile et de design de mode)	

		- services de radio et télévision <u>Services créatifs connexes</u> - informatiques et activités connexes - architecture, génie et services techniques - publicité - photographie - agences de nouvelles - bibliothèques, archives, musées et services culturels	- fabrication de produits textiles - fabrication de vêtements, finition et traitement du cuir - tannage et finition du cuir, fabrication d'articles en cuir - total d'industries créatives - taux de croissance des industries créatives
--	--	---	--

AUSTRALIE

Gouvernement/ Organisation/ Sources	Définitions/ Objectifs	Indicateurs	
Australian government <i>Creative industries cluster study – stage one report, 2002</i> http://www.archive.dcita.gov.au/_data/assets/pdf_file/0015/21705/Creative_Industries_Cluster_Study_Report_Stage_1_28may.pdf	<u>Industries créatives</u> « des produits ou des services contenant un élément artistique ou créatif substantiel » (Richard Caves)	- nombre d'entreprises liées aux industries créatives (base de données Multimédia Victoria) - nombre d'entreprises - nombre de salariés - chiffre d'affaires - répartition géographique des entreprises liées aux industries créatives	
Australian government <i>Creative industries cluster study – stage two report, 2002</i> http://www.archive.dcita.gov.au/_data/assets/pdf_file/0011/18956/Cluster_Study_Stage_2_Report.pdf		<u>Jeu interactif</u> - nombre de travailleurs - chiffre d'affaires - nombre d'entreprises suivant leur taille - coût moyen de développement d'un produit - indicateur sur la recherche et le développement <u>Multimédia</u> aucun indicateur	<u>Publicité</u> - chiffre d'affaires - proportion du budget dédié à la publicité sur Internet - rapport entre l'usage de la publicité et les revenus liés <u>Contenu numérique dans le domaine de l'éducation</u> aucun indicateur
Australian government <i>The measurement of creative digital content</i> http://www.cultureandcrecreation.gov.au/cics/Measuring_creative_digital_content.pdf	Indicateurs recommandés	<u>Indicators to help assess the spread of digital content products across the economy</u> - value of local production of specific digital content products - value of local production of the non-digitised version of the content products referred to above - numbers of businesses producing specific digital content products, classified by broad industry group and State - employment of businesses producing digital content products, and the proportion of these actually working on creating digital content products, classified by State - income, expenses, value added, and profits of businesses producing digital content products, classified by broad industry group and State - research and development undertaken by businesses producing digital content products, classified by broad industry group and	- value of imports and exports of specific digital content products <u>Indicators to provide input into the future development of Australia's industrial base, particularly in the creative and cultural industries, with particular interest in the extent to which this development can be attributed to the digitization process</u> - number of businesses, classified by specific industry categories within the creative and cultural sectors - employment of businesses, classified by specific industry categories within the creative and cultural sectors (in total and by type) - income, expenses and profits of businesses, classified by specific industry categories within the creative and cultural sectors

		State categories within the creative and cultural sectors - proportion of sales that relate to creative products - proportion of products that relate to digital products - proportion of businesses that produce digital products - source of content for creative and digital content products <u>Indicators to help facilitate the efficient allocation of funds, especially in specific creative or cultural industries</u> - number of businesses receiving specific funding allocations	- value of imports and exports within specific industry - products produced by businesses receiving specific funding allocations - employment (in total and by type) of businesses receiving specific funding allocations - sales of businesses receiving specific funding allocations - proportion of sales generated by specific funding allocations
Australian Bureau of Statistics <i>Measuring social capital, 2004</i> http://www.ausstats.abs.gov.au/Ausstats/free.nsf/Lookup/13C0688F6B98DD45CA256E360077D526/\$File/13780_2004.pdf	<u>Capital social</u> "networks, together with shared norms, values and understandings which facilitate cooperation within or among groups" (OCDE)	Network qualities <u>Norms</u> <u>The proportion of people:</u> - who feel that most people can be trusted - with a high level of trust in their immediate family - with a low level of trust in their immediate family - who report a high level of trust in the police force - who report a low level of trust in the police force - who feel that their lost wallet or purse would be returned to them, if found by someone that lives close by - who feel that their lost wallet or purse would be returned to them, if found by a complete stranger - who feel that lying in self interest can be justified - who feel that avoidance of fare payment on public transport can be justified - who feel safe using public transport at night - who feel unsafe using public transport at night - who feel safe walking alone in their street after dark - who feel unsafe walking alone in their street after dark - who feel safe at home after dark - who feel unsafe at home after dark - who feel that most people in their local community would contribute time to a project from which they would receive no personal benefit - who report donating time to various organizations within the previous 12 months - who report donating money to various organizations within the previous 12 months - who strongly agree that they feel a responsibility to contribute to the community they live in - who strongly disagree that they feel a responsibility to contribute to the community they live in - who feel confident that people would work together to solve problems in the community - who agree that they can influence things in their community - who disagree that they can influence things in their community	- who strongly agree that the views of local citizens are taken into account before important community decisions are made - who strongly disagree that the views of local citizens are taken into account before important community decisions are made - who agree that their community is active, where people are involved in local issues and activities - who feel that their community would be very likely to conserve water or electricity when asked to - who feel that their community would be very unlikely to conserve water or electricity when asked to - who strongly agree that there is good local support for community events - who strongly agree that community participation is encouraged in decision making - who think that avoiding a fare on public transport is justified - who think that avoiding a fare on public transport is never justified - who enjoy living among people of different lifestyles - who do not enjoy living among people of different - who strongly agree that Australian society is enriched by people coming to live here from other countries - who strongly disagree that Australian society is enriched by people coming to live here from other countries - who have seen or experienced negative attitude directed at themselves or others due to their cultural background, by where this took place - who perceive negative attitude towards people of ethnic background to be increasing in their community in the past two years - who perceive negative attitude towards people of ethnic background to be decreasing in their community in the past two years - who strongly agree that they are comfortable hearing a

		language other than English used in a public place (e.g. public transport, cafe, workplace, shopping centre) - who strongly disagree that they are comfortable hearing a language other than English used in a public place (e.g. public transport, cafe, workplace, shopping centre) <u>Social participation</u> - proportion of people who participated in social activities at least once in the last three months - proportion of people who participated in social activities at least once in the last three months, by type of activity - proportion of people who have a barrier to social participation - proportion of people who are members of a club, organization or association for social participation - type of organization people are members of for social participation - proportion of people who have been actively involved in an organization for social participation in the last 12 months - type of social participation organization people are actively involved in - proportion of the population by the number of social participation groups actively involved in - proportion of the population with a religious affiliation - proportion of the population who are frequent participants in religious services or meetings - proportion of the population who are infrequent participants in religious services or meetings - proportion of the population who are non-participants in religious services or meetings - proportion of the population by duration of attendance at religious services or meetings - proportion of the population who participated in individual civic activities in the last 12 months - proportion of the population who participated in collective civic activities in the last 12 months - type of civic activity involved in, in the last 12 months - average annual hours per person spent on civic activities - proportion of the population who are members of a club, organization or association for civic activities. - type of organization people are members of for civic participation - proportion of people who have been actively involved in an organization relating to civic participation in the last 12 months - type of organization people are actively involved in - proportion of people by the number of civic participation groups they are actively involved in (in the past 12 months)	- proportion of the population who have served as an officer or was on a committee in the last 12 months - proportion of the population who have experienced a barrier to participation in civic activities and groups - proportion of the population who have experienced a barrier to participation in civic activities and groups, by type of barrier - proportion of the population who participated in civic group activities or meetings at least once a month - proportion of the population who follow news and current affairs by frequency - proportion of the population who follow news and current affairs by type of media - proportion of the population who are members of a trade union - proportion of people who provide unpaid care for someone not in the same household - type of unpaid care provided for someone not in the same household - proportion of people who provide unpaid care for someone in the same household - type of unpaid help provided for someone in the same household - proportion of people who participate in voluntary work - participation in voluntary work by type of organization - proportion of those that perform voluntary work who have done so at least once a week over the last 12 months - proportion of those that perform voluntary work who have done so less than several times a year over the last 12 months - proportion of people who have made a donation to an organization or charity in the last 12 months - proportion of businesses who have made a donation to an organization or individual in the last 12 months - proportion of the population who are members of a club, organization or association for community support - proportion of the population who are members of a club, organization or association for community support by type of organization - proportion of the population by the number of close relatives that they have - proportion of the population by the number of close friends that they have - proportion of the population by number of other friends that are less close
--	--	--	--

		-proportion of the population who are satisfied with the number of friends they have - proportion of the population who are satisfied with their level of closeness with friends - proportion of the population most or all of whose close friends are current or former co-workers - labour force participation rate - proportion of the population who have kept in touch with at least one previous work colleague - proportion of the population by the number of previous work colleagues kept in touch with - proportion of the population with a high level of trust in their work colleagues - proportion of the population who feel that their friends and relatives provide helpful advice on finances and business - proportion of the population who prefer to support local shops and businesses - proportion of the population who are members or have participated in a union, professional or technical association in the last 12 months - proportion of the population who are members of a cooperative business - proportion of the population who are members of bartering organizations Network structure <u>The proportion of people:</u> - with an expected source of support in a crisis - with an expected source of support in a crisis, by the type of support person/group - who have close relatives or friends living within 30 minutes of them - who know all or most of their neighbors - who know few or none of their neighbors - who have personal links to the legal system - who have had face-to-face contact with relatives they do not live with, at least a few times a week - who have not had face-to-face contact with relatives they do not live within the last month - who have telephone contact with relatives they do not live with, at least a few times a week - who have not had telephone contact with relatives they do not live within the last month - who have had contact with relatives they do not live with, via the Internet or email, at least a few times a week - and facilities very easy, by type of service or facility	- who have not had contact with relatives they do not live with, via the Internet or email in the last month - who have had another form of contact, to be determined, with relatives, at least a few times a week - who have not had another form of contact with relatives in the last month - who have posted comments about personal issues on a web site bulletin board, in a chat room, or on an email server within the last month - who have read the comments about personal issues of others on a web site bulletin board, in a chat room, or on an email server within the last month - whose family members know each other's close friends friends at all - where all of their friends are friends with each other - where none of their friends are friends with each other - who participate in different groups and organizations which comprise mostly the same people - who participate in different groups and organizations which comprise few or none of the same people <u>The proportion of the population:</u> - by the length of time of residence in current locality - who have moved three times or more in the past three years - by change and stability of involvement with organizations - by change and stability of involvement in main organization - by ranges of years involved in organization in which most active - proportion of those currently involved in civic participation or community support who were also involved as a child/youth - proportion of current volunteers whose parent(s) did voluntary work when current volunteer was a child/youth - proportion of non-volunteers whose parent(s) did voluntary work when current non-volunteer was a child/youth - proportion of the population whose current residential location is similar in size to that of their youth - proportion of the population by grouped number of times moved local area as a child/youth - proportion of people who know someone in an institution or organization, by type of organization - proportion of people who find accessing public services - that have been active in solving local problems by
--	--	---	--

		- proportion of people who find accessing public services and facilities very difficult, by type of service or facility - who often or always feel a lack of control over their lives - who have been involved in a mentoring program in the last year, either as a mentor or recipient of mentoring Network transaction <u>The proportion of the population:</u> - who have provided support to a relative in the past month - who have provided support to a friend in the past month - who have provided support to a neighbor in the past month - who have provided support to someone other than a relative, friend or neighbor in the past month - who have provided support in the past month, by the type of recipient and the type of support - who have been helped by a relative in the last month - who have been helped by a friend in the last month - who have been helped by a neighbor in the last month - who have been helped by someone other than a relative, friend or neighbor in the last month - who have been helped by others in the past month by type of provider and type of support - who have in the past week helped a work colleague in any way - who expect that they would receive help (of any type) from a work colleague if needed - who would be able to raise \$2,000 in a week in a time of crisis - who would be able to arrange transport if they needed to get somewhere urgently - who would be able to arrange help around their home if they were ill in bed - who consider their community to have inadequate services or facilities - who use community facilities by type of community facility - who have attended at least one community event in the past year - who feel a very strong or strong sense of belonging to an ethnic or cultural group - who feel a very strong or strong sense of belonging to their state or territory - who feel a very strong or strong sense of belonging to Australia - who consider their local community a friendly place to live - with a wide friendship and acquaintance network in their local area (if groups contain all the same people)	frequency of involvement - who have been active in a project to organize a new service in their local area - who have been involved in groups that have taken action for social or political reform in the last year - proportion of people who have contacted the Commonwealth or state government or government agencies via the Internet by purpose of contact. - proportion of people who are interested in contacting the Commonwealth or state government or government agencies via the Internet - proportion of the population who contacted friends and relations for job search activities - proportion of the population who found out about a job, gained in the previous 12 months, through friends, relatives or company contacts - proportion of the population who found out about a job, gained in the previous 12 months through other methods or contacts - proportion of people who would seek advice from the Internet, newspaper, or journal when making a life decision - proportion of people who believe that conflicts can often be resolved through discussion - proportion of people who believe that conflicts can never be resolved through discussion - level of confidence people have in their local council/local government in managing conflict within the community - proportion of people who would be willing to seek mediation in regard to a conflict with neighbors - proportion of people who have taken action to attempt to solve a local problem - proportion of people who have taken action to attempt to solve a local problem, by type of action - proportion of people who believe their neighbors would intervene if children were absent from school without parental consent - proportion of people that would allow people with views outside of the group norm to make a speech in their town, city or community Network types - proportion of people whose main group involvement mostly includes people who have the same first language - proportion of the population with closed formal networks - proportion of people who have personal links to
--	--	--	---

		- proportion of the population with dense formal networks (if groups contain mostly or about half the same people) - proportion of the population who undertake activities with few or no people who have the same first language - proportion of the population who bridge formal networks (if groups participate in contain a few or none of the same people) - proportion of the population who consider their local community to be welcoming of newcomers - proportion of the population who have felt isolated and cut off from society in the last year due to sexism	institutions - proportion of people who have personal links to institutions, by type of institution - proportion of the population with no formal networks (if not active in groups) - proportion of the population who have felt isolated and cut off from society in the last year, by type of reason
Australian Bureau of Statistics <i>Arts and Cultural Heritage - in Australia - Key issues for an information development plan, 2006</i> http://www.ausstats.abs.gov.au/Ausstats/subscriber.nsf/0/DBA5E5136ABABC44CA25713000705F51/\$File/4915055001.pdf	<u>Culture</u> way of life particular to a group of people or a period of time, which is associated with a cultural identity and shared traditions, beliefs and values, and which may be represented in various ways including (but not limited to) art forms. To avoid confusion, a distinction has been made between the term culture and activities in the arts. <u>The arts</u> refers to a sphere of artistic activities (e.g. literature, radio and television, film, performing arts, visual arts and craft, design, music). The output of these activities, such as stories, paintings, music, performances and films, may be referred to as 'arts products'.	Cultural policy issues <u>Cultural relevance and diversity of arts and cultural heritage collections</u> - What types of cultural content are included in the collections of Australia's heritage institutions? - Does the cultural content of Australian heritage collections reflect the cultural diversity of Australian society, including Indigenous culture and various ethnic community cultures? - What proportion of cultural content included in cultural heritage collections relates to contemporary culture or a projection of the future society, compared with historical material? Does the contemporary cultural content of Australian heritage collections reflect aspects of Australian contemporary society that will be important to preserve for future generations? - To what extent do people contribute to the maintenance of cultural traditions and/or the development or interpretation of culture through their involvement in arts (or is it mainly done for recreation, entertainment or business reasons which are less concerned with a cultural dimension)? - Does the level of participation in the arts represent our diverse community (including Indigenous people and different ethnic or cultural groups)? - Does Australian arts output (with a cultural content) adequately represent the cultural diversity of Australia, including Indigenous culture? <u>Balance between Australian and foreign cultural content</u> - To what extent are Australians consuming Australian arts compared with overseas-sourced arts? How do Australians access foreign arts content? - What proportion of cultural heritage collections include non-Australian content or represent overseas cultures? - Do Australians have reasonable access to Australian arts content? - What do people learn about culture from their involvement in	- What level of access to Australian arts and cultural heritage content do Australians want, compared with access to foreign content? - To what extent can people in ethnic groups in Australia gain reasonable access to arts and cultural heritage services relevant to their cultural background? <u>Impacts of arts and cultural heritage on cultural identity</u> - Do people become involved in or consume arts and cultural heritage services in order to develop or maintain affinity with a particular cultural group? Does this contribute to a healthy sense of belonging? - What impact does involvement in or consumption of arts and cultural heritage have on the development and maintenance of cultural group networks? - What do Australians think an Australian cultural identity is, and how important is this to Australians? To what extent do Australians belong to multiple cultural groups with multiple cultural identities, and how important are these? How do these Australian and other multiple cultural identities relate to arts and cultural heritage involvement or consumption? - Of all the things that contribute to cultural identities, how important are involvement in and/or consumption of arts and cultural heritage services? How do Australians come to understand or share their cultural identities (i.e. via television, radio, going to live performances, reading, neighbours, friends, family history, going to a museum)? <u>Impacts of arts and cultural heritage on cultural awareness and tolerance</u> - How much arts or cultural heritage content deals with or expresses cultural issues (such as diverse religious or moral beliefs and values, diverse ways of life of ethnic cultures or <u>Impacts of arts and cultural heritage services on community networks</u>

	With regard to cultural heritage, we mean the preservation of culture through the collection and management of objects and ideas that represent ways of life of particular groups of people. The sphere of cultural heritage activities includes activities generally associated with museums, art museums, libraries and archives.	or consumption of arts or cultural heritage services? - What impact does involvement in or consumption of arts and cultural heritage services have on Indigenous reconciliation objectives? - Do people develop more tolerant attitudes to different cultures within society through their involvement in or consumption of arts or cultural heritage services? - To what extent do the arts and cultural heritage facilitate the maintenance of traditional cultural identities, in addition to shaping new or evolving culture? Social policy issues <u>Accessibility of arts and cultural heritage services</u> - How accessible are cultural heritage services in Australia? Who has access and how do they access these services? What level of access is available in regional, rural and remote areas? - Do the characteristics of consumers of cultural heritage services represent our diverse community? How often do they access services and how do they access them (e.g. on-line, visits)? - What are the characteristics of persons who do not access cultural heritage services (even though they have the opportunity to)? Why don't they? What would encourage their attendance? Are they aware of the services, and are they considered relevant or of interest? Are there different patterns of consumption for different population groups, such as Indigenous Australians, ethnic groups, older people or different family types? - How accessible are opportunities to participate in or consume the arts in Australia? Who has access? What levels of access are available in regions? - In what ways does consumption of the arts and/or creative arts participation vary for different people across Australian regions and for different population groups? Are there different patterns of consumption for different population groups, such as Indigenous or ethnic groups? - What are the characteristics of persons who choose not to participate in or consume arts services (even though they have the opportunity to)? Why don't they? What "arts" are they aware of, and are they considered relevant or of interest? Are there different patterns of participation and consumption for different population groups, such as Indigenous Australians, ethnic groups, older people or different family types? attitudes or behaviors arise from arts or cultural heritage activity (such as violence on television)?	- Do people become involved in cultural heritage or arts in order to meet people or be with other people? - What kinds of arts or cultural heritage activities provide positive social interactions? - Are longer term friendships or social relationships formed from participation in creative arts (other than paid work) or volunteer involvement in cultural heritage activities? - What impact does involvement in arts and cultural heritage have on development and maintenance of community networks and community support? - What impact does consumption of arts and cultural heritage services have on development and maintenance of community networks and community support? - Of all the things that contribute to social capital (i.e. social networks which facilitate cooperation within or among groups, such that this cooperation is a resource available within communities), how important is involvement in and/or consumption of arts and heritage services? <u>Impacts of arts and cultural heritage on civic participation</u> - How much arts or cultural heritage content deals with or reflects on political or civic issues (such as political history, civic decision making, government or international affairs)? Is this changing over time? If so, why? - What impacts do arts and heritage services have on community awareness and debate about current political or civic issues? - To what extent are multiple points of view about social, political and economic issues put forward to the community through the arts and cultural heritage services? Are these views balanced and fairly represented? (This issue predominantly applies to mass media.) <u>Impacts of arts and cultural heritage on social responsibility</u> - How much arts or cultural heritage content deals with or reflects on social issues (such as crime, education, family relationships)? What do people learn about social issues from their involvement with or consumption of arts or cultural heritage? - Do people develop more adaptive behavior or constructive attitudes to social situations within society through their involvement with arts or cultural heritage (e.g. a movie, novel or music with a social theme or message)? Under what circumstances do destructive - What are the skill gaps for professional artists (if any)? Are professional arts practitioners 'skilled' to the degree
--	--	---	---

		- What are community attitudes regarding the balance between freedom of expression and minimization of socially undesirable outcomes for artistic expression or arts censorship decisions (e.g. film and television regulation)? - What impact does involvement in or consumption of arts and cultural heritage services have on crime or anti-social behavior? Quality of life issues for persons involved in the arts <u>Barriers and motivators for arts involvement as a leisure activity</u> - How much time do Australians spend on involvement in the arts for recreation or leisure, and how does this compare to other leisure activities? Is arts involvement increasing or declining as a leisure pursuit for Australians? Why? What particular activities are increasing or declining, and why? - Why are people involved in arts activities during leisure time? To what extent is leisure participation motivated by a desire to relax and unwind, and/or to make a contribution to the culture of community, or to help others? <u>Quality of life for arts professionals</u> - How many Australians are involved in the arts as 'professionals' regardless of whether this is their main job? - How much time do professional creative participants spend on their creative practice? Would they like to spend more or less time? What other activities compete for their time? - How does the requirement to earn an income change the nature of the creative practice (i.e. production of 'commercial' products to meet demand)? Is this perceived negatively or positively by professionals? - Why are people involved in the arts as professionals? To what extent are professional artists motivated by a desire to contribute to the cultural life of the community, and/or for their own enjoyment and self-expression, and/or to earn a living as a recognized artist? <u>Artists' skills acquisition</u> - How do professional and amateur/leisure artists learn their artistic skills (from peers or mentors, arts education, self teaching through experience and practice)? What are the best learning methods for particular kinds of artists or art forms? - To what extent is arts education needed to support skill development and learning for professional and amateur/leisure artists? How effective is arts training? - What are the skill gaps for amateur/leisure artists (if any)? Quality of life issues for consumers <u>Barriers and motivators for leisure consumption of arts and cultural heritage</u>	required to earn a living from their arts practice? Do they have the business skills that they need in addition to the arts skills? Do they have the skills they need to utilise 'new' technology in the arts production process? - To what extent does school based arts education equip people to be involved in creative arts (on a professional basis) later in life? <u>Impacts of arts involvement on learning</u> - Does creative arts participation on either a professional or amateur/leisure basis, lead to the development of other skills (e.g. organizational skills, communication skills, critical thinking skills)? - Does participation in creative arts, either on a professional or amateur/leisure basis, lead people to be more creative and innovative in other areas of their lives, and at work (whether it be work in the arts or nonarts work)? <u>Impacts of arts involvement on sense of achievement</u> - What recognition do professional or leisure artists achieve for their work? - To what extent does external recognition contribute to a sense of personal achievement in professional or leisure artists? - To what extent does a sense of achievement in involvement in the arts contribute to enhanced self esteem, a positive sense of self identity, or related aspects of mental wellbeing and adjustment? <u>Impacts of arts involvement on general wellbeing</u> - What impacts (both positive and negative) on health and general wellbeing are experienced by individuals when they are involved in the arts, either on a professional or leisure basis? - What are the underlying mechanisms that result in health benefits (e.g. self esteem derived from arts achievement, sense of belonging derived from participation in a group arts project)? - Are there any health risks for people who are involved in the arts professionally, and how could these be mitigated (e.g. occupational health issues, financial stress, mental health risks associated with isolation or demands of creative work)? dollars? Is private philanthropy of the arts and cultural heritage increasing or decreasing over time? How does it compare with total private philanthropy? What are the
--	--	---	--

		- How much time do Australians spend on the consumption of arts or cultural heritage for recreation or leisure, and how does this compare to other leisure activities? Is this consumption increasing or declining as a leisure pursuit for Australians? Why? What particular activities are increasing or declining, and why? - Why are people involved, or not involved, in consumption of creative arts and cultural heritage services during leisure time? What are the barriers and motivators? <u>Impacts of consumption of the arts and cultural heritage on general wellbeing</u> - What impacts on health and general wellbeing are experienced by individuals when they consume arts or cultural heritage services? - What are the underlying mechanisms that result in health benefits (e.g. relaxation derived from listening to music)? <u>Impacts of consumption of the arts and cultural heritage services on learning</u> - What impact does consumption of arts or cultural heritage services have on individuals' learning? - What impact does an arts-rich education (including opportunities to consume and participate in arts and cultural heritage activities) have on attendance, academic outcomes, life skills and other capacities of children and young people? Economic policy issues <u>Economic viability of arts and cultural heritage services</u> - What are the links, flows or value chains between the arts and cultural heritage and other industries (e.g. what are the upstream and downstream industries)? - Do people and services involved in local creative arts practice and cultural heritage benefit from co-locating with each other in particular areas (e.g. different art forms, groups of artists, or multiple cultural heritage services co-locating)? That is, are there arts/cultural heritage hubs and are these more viable? - How much do consumers spend on arts and cultural heritage products and services? How does this compare to consumer spending on other items? Is total spending on arts and cultural heritage increasing or declining? Why? Spending on which particular items is increasing or declining and why? - To what extent do arts industries and cultural heritage services compete with each other and with other industries (e.g. sport) for private (individual and corporate) sponsorship or donation cultural heritage services changing over time, and why? - What would be the impact on the economy of a change in demand for cultural heritage services (i.e. what are the	motivators and barriers? - How much do arts industries contribute to Australian domestic production (Industry Value Added or Gross Domestic Product)? How is the contribution of arts industries changing over time, and why? - What would be the impact on the economy of a change in demand for arts products? - How is the demand for arts products changing, and why? For example, how is new technology impacting on consumption and demand for these products? How are changing age profiles, family structures and settlement patterns impacting on consumption and demand? - What are the main risks to industry growth or viability for particular arts industries, and what are the strengths? - How profitable are the arts industries? To what extent is income derived from direct sales to consumers compared with other avenues (such as private sponsorship, government subsidy, tax relief, indirect revenue such as intellectual property rights)? What are the expenses and are any of these increasing at a greater rate than income or other costs? How much is being spent on marketing? - To what extent does the image or branding of Australian arts influence consumption of arts products? - Is employment in arts industries growing over time? - To what extent are the arts reliant on volunteers compared to paid employment? - For those industries that are reliant on volunteers, what impact does this have on the services provided? Does the level of volunteer work present any risks to the viability of particular arts industries or is this a strength? - Do arts industries have an adequate supply of skilled people to allow them to remain viable or develop and grow? - Are there advantages in co-locating or otherwise clustering arts and other creative industries with related industries? - How do key economic indicators (e.g. levels of employment, income, expenditure) for Australian arts industries compare with arts industries overseas? - How much do cultural heritage services contribute to Australian domestic production (Industry Value Added or Gross Domestic Product)? How is the contribution of competition from foreign businesses? To what extent is competition from foreign arts business a threat to the viability of Australian arts production?
--	--	---	--

multipliers)?

- How is the demand for cultural heritage services changing, and why? For example, how is new technology impacting on consumption and demand for these services? How are changing age profiles, family structures and settlement patterns impacting on consumption and demand?

- What are the main risks to industry growth or viability for cultural heritage services, and what are the strengths?

- How profitable are cultural heritage services? To what extent is income derived from direct sales to consumers compared with other avenues (such as private sponsorship, government subsidy, tax relief)? What are the expenses and are any of these increasing at a greater rate than income or other costs? How much is being spent on marketing?

- What is the size of the collections maintained by cultural heritage services? Are values attributed to the collections, and if so, how is 'value' determined?

- Is employment in cultural heritage services growing over time?

- To what extent are cultural heritage services reliant on volunteers compared to paid employment? What proportion of organizations has more volunteers than paid employees?

- For those services that are reliant on volunteers, what impact does this have on the services provided? Does the level of volunteer work present any risks to the viability of particular cultural heritage services or is this a strength?

- Do cultural heritage services have an adequate supply of skilled people to allow them to remain viable or develop and grow?

- What impact is information technology having on the supply of cultural heritage services? Does IT change the nature or viability of these services? To what extent is cultural material held by institutions digitized?

- How do key economic indicators (e.g. levels of employment, income, expenditure) for Australian cultural heritage services compare with cultural heritage services overseas?

Support for Australian content

- How important are Australian content quotas and the Australian expenditure conditions of tax incentive schemes in maintaining arts industries and employment in Australia?

- What competition exists for arts industries, particularly provided in Australia? How many institutions and staff are there, what art forms are covered, and what are their graduate outcomes?

Payment for arts involvement

- What is the impact of the Australia - United States Free Trade Agreement on Australian arts industries, and production of Australian arts content?

Government funding of arts and cultural heritage services

- How much do the three levels of government pay in the form of grants or operational funding to support the arts and cultural heritage services? What level of support is provided for particular services (e.g. performing arts, visual arts, museums, libraries, etc)?

- What level of government support is provided to arts and cultural heritage services through less direct means, such as tax incentives and the inclusion of art and design in public works projects?

- What public value is generated from government subsidized arts and cultural heritage services? How do the direct consumers of these services perceive the public value of these services? How is public value perceived by those who do not directly consume these services?

- Which arts and cultural heritage services get government support, and which do not? Why and why not? What proportion of their overall income is from government compared to other sources? Which arts and cultural heritage services are sustainable as businesses or self-employment without government subsidy? What are the income sources for these self-employed people or businesses?

- Does a market approach that is required to generate revenue result in a different quality or type of arts practice or cultural heritage service, compared to government subsidized services? What are the differences, and do these match government policy objectives?

- How does Australian government funding for the arts and cultural heritage services compare with government funding provided in other countries?

- What are people prepared to pay for public cultural heritage services and public arts programs, either in taxes and/or on a fee for service basis, or by other means (e.g. television licensing or other arrangements)? Which kinds of payments do people view as appropriate for which public services?

- What publicly funded arts education infrastructure is general tourism (not associated with arts/cultural heritage)?

- Are there any particular types of arts, art forms or cultural heritage services that are most likely to be attractive to tourists? To what extent are tourists an important market

	- How much do people involved in the arts in Australia receive for their work? How does the income of professional creative artists compare with the earnings of other employed Australians? - To what extent is arts involvement the main job or a secondary job for artists in Australia? How do professional creative artists earn a living, if not from their creative arts work? - If people involved in arts are not earning a living for their work, why do they do it? How important is income from creative arts practice, relative to other benefits of creative participation and/or involvement? - If incomes from creative arts practice are low (see Research Question 5.401), are low incomes from creative arts practice a barrier to participation in creative arts? Is this detrimental to the wider arts industry? - How significant are lending rights payments to Australian writers in terms of the numbers affected and the amounts of the payments? - Would resale royalties increase the incomes of visual artists and how many artists would be affected? - What impacts do copyright and intellectual property rights regulations and collection agencies have on the incomes and costs of artists? To what extent are artists commercializing intellectual property? <u>Cultural tourism</u> - How significant are arts and cultural heritage related tourism to an area's economy, either for Australia as a whole or for cities, regions or towns within Australia? How many tourists visit, or extend their stay to an area, in order to consume arts or cultural heritage services? What proportion of all tourists to an area consumes arts or cultural heritage services during their visit? - Which cities, regions or towns within Australia do people associate with arts or cultural heritage services (i.e. arts/cultural heritage may be an important factor influencing the decision to visit the area)? - How is Australia viewed internationally as a tourist destination, and what is the significance of arts and cultural heritage in how Australia is viewed? - Do people and services involved in creative arts practice and cultural heritage benefit from co-locating to areas which attract representing Australia. by portraying Australian culture overseas? Does trade in Australian arts and cultural heritage services promote an awareness of Australia and an understanding of Australian culture to other countries? What	for these activities? What types of arts or cultural heritage services are most attractive, and to which kinds of tourists (i.e. tourism market analysis)? - For those types of arts and cultural heritage services that depend on tourists for income, and/or as a major service population, how does this impact on creative production or cultural heritage services provided? Does a market or customer service approach targeted to appeal to tourists result in changed (reduced or enhanced) quality of arts practice or cultural heritage services? What changes result? - How do arts and cultural festivals and events compare to other kinds of festivals and events, in terms of their overall success in attracting visitors, economic impact and economic viability? <u>The arts and innovation</u> - Do arts activities project an image of innovation to the Australian community and internationally? - Do Australian artists create high quality new works, expressing original insights, innovative ideas, and/or using new media or technology? How much content is new and original? How many new artists and new arts products have arisen because of new technology? - To what extent do arts industries and practitioners utilize new technologies? - Where artists and/or arts businesses collaborate with other industries, does this lead to greater productivity or innovation? - Does participation in creative arts, or other regular involvement in or consumption of the arts, lead people to be more creative and innovative in other areas of their lives, and at work (whether it be work in the arts or nonarts work)? <u>International trade in arts and cultural heritage</u> - What is the level of international trade with Australia in arts and cultural heritage products and services? What countries do we trade with? What particular products are increasing or declining in trade in arts and cultural heritage services? Why? - To what extent do Australian arts and cultural heritage services receive international recognition? - To what extent are Australian arts and cultural heritage - What is gained from programs that assist professional artists to achieve exposure in international exhibitions and markets, or from overseas study? Does this enhance artists' careers and provide flow on benefits to Australian arts
--	--	---

		impact does this have on general levels of international investment in Australia?	generally?
Queensland University of Technology, ARC Center of excellence for Creative Industries and Innovation <i>Australia's Creative Economy: basic evidence on size, growth, income and employment, 2007</i> http://eprints.qut.edu.au/8241/1/8241.pdf	- music and performing arts segment - film, TV and radio segment - advertising and marketing segment - software and digital content segment - publishing segment - architecture, design and visual arts segment	The Creative Economy <u>Employment: the creative workforce</u> - estimated Australian employment within the Creative Trident - total annual income of the creative workforce - estimated total annual earnings (\$Billions) from all employment within the Creative Trident - the distribution of people within the weekly income bands for the three Trident modes within the total creative segments compared to all Australian employment <u>Specialist creative businesses</u> - businesses on the Australian business register at 30th April 2006 and the cumulative annual growth rate - creative industries are predominantly micro and small enterprises - proportions of the types of entities in the creative industries and across all Australian industries - changes in the numbers and share of the major types of organizations within the creative industries - changes in the number and density (per 100 000 in all industries) a Table 3: f the major types of organizations within the Creative Industries - private companies - changes in the density (per 100 000 in all industries) of the major types of organizations within the creative industries - public companies - other entities The Segments and Sectors within the Creative Segments grouping <u>Employment characteristics</u> - the relative sizes, on the basis of employment, of the segments within the Australian creative industries - the key employment measures of the size of the segments within the Australian creative workforce - the relative sizes, on the basis of earnings, of the segments within the Australian creative segments The Businesses within the Specialist Creative Industries - the relative sizes, on the basis of the number GST-registered businesses of the sectors within the Australian creative industries - ABR registrations in CI sectors	<u>Each Segment exhibits different patterns in the Trident Mode of Employment</u> - the number of people employed within the segments of the Creative Trident - the different proportions of embedded, support and specialists modes within the six segments of the Creative Trident The Creative Workforce: Patterns in Personal Earnings - the percentage variation of each segment's mean annual income to the Creative Trident's mean annual income and to the all industries mean - the patterns of income distribution within the segments and their Trident modes of employment - the significant high-end distribution of people within the weekly income bands for the three Trident modes of the software and interactive content segment compared to all Australian employment - the relatively high end distribution of people within the weekly income bands for the three Trident modes within the advertising and marketing services segment compared to all Australian employment - the moderate high end distribution of people within the weekly income bands for the three Trident modes within the film, TV and radio segment compared to all Australian employment - the relatively normal distribution of people within the weekly income bands for the three Trident modes within the publishing segment compared to all Australian employment - the relatively normal distribution of people within the weekly income bands for the three Trident modes within the architecture design and visual arts segment compared to all Australian employment - the significant low end distribution of people within the weekly income bands for the three Trident modes within the music and performing arts segment compared to all Australian employment - the value of the Creative Digital Workforce's annual earnings - estimated Australian earnings (\$Billions) from employment within the Creative Digital Trident - the segments within the Creative Digital Grouping

		- changes in the density of the businesses in the sectors The Impact of Embedded Creatives across the Australian Economy - numbers and proportions of those employed in creative segments and embedded creatives within the broader economy <u>The Embedded Creatives and their Occupations</u> - proportion of types of creative embedded employment outside specialist creative firms <u>The Annual Earnings of Embedded Creatives</u> - the annual income of employees in the creative industries and embedded creatives across the industry divisions of the Australian economy <u>Mean Annual Personal Incomes</u> - mean annual income of people within the Creative Trident compared to the mean of their division of employment Alternative Groupings to the “Creative Segments” grouping <u>The Creative Digital Grouping</u> - Creative Digital Workforce - estimated Australian employment within the Creative Digital Workforce - comparison of the segments within the CIE Digital Content Production to the CCI Creative Digital Grouping	- the Creative Digital Specialist Businesses Sector share of the Creative Digital Industries in terms of GST and non-GST-registered businesses The number of GST and non-GST businesses active at the end of April 2006 within the industry classifications relevant to each of the Creative Digital sectors <u>The Cultural Grouping</u> - estimated Australian employment within the Cultural Workforce - comparison to other cultural employment studies - comparison of Cultural and Creative employment studies - the employment within the individual Cultural segments and the Trident modes of employment - the annual earnings of the Cultural Workforce - estimated Australian earnings (\$Billions) from employment within the Cultural Workforce - the annual earnings from the employment within the individual Cultural Industries segments and the mode of Trident employment
Queensland University of Technology, ARC Center of excellence for Creative Industries and Innovation <i>Australia's Creative Economy: mapping methodologies, 2007</i> http://eprints.qut.edu.au/6228/1/6228.pdf		- specialist creative and other employment in businesses within the 28 industry classifications comprising the creative industries - specialist and embedded employment in creative occupations classifications – total economy - the size of the creative workforce across the Creative Trident - employment in businesses in industry classifications derived from the abstract spine creative segments grouping	

AUTRICHE

Gouvernement/ Organisation/ Sources	Définitions/Objectifs	Indicateurs	
Ville de Vienne (Stadt Wien) <i>Untersuchung des ökonomisches Potenzials der « creative industries » in Wien, février 2004</i> http://www.creativeindustries.at/pdf/Endbericht.pdf	Autriche : A Vienne : V <u>Industries créatives (IC)</u> - architecture - secteur de l'audiovisuel (films, vidéo, télévision, radio) - arts visuels et marché de l'art - arts de la scène et arts du divertissement - graphisme, mode, design - littérature et édition, média papier - multimédia, programmes informatiques, jeux, Internet - musées et bibliothèques - industrie de la musique - publicité	- nombre de travailleurs dans le secteur des IC (V) - taille des entreprises dans le secteur des IC (V) - dépenses dans le secteur de la culture (V et état fédéral) - taille des entreprises : art de la scène et du divertissement - nombre de visiteurs dans les théâtres (V) - groupes libres et artistes individuels (V) - financement public des arts de la scène (V) - emploi : graphisme, mode et design (V) - évolution de l'emploi : graphisme, mode et design (V) - taille des entreprises : graphisme, mode et design (V) - chiffre d'affaires annuel des entreprises : design - répartition des commanditaires selon le chiffre d'affaires réalisés - chiffre d'affaires annuel des entreprises du secteur des produits design et dans tout le secteur design Représentation sectorielle - projection de films (V) - nombre de productions autrichiennes - évolution du chiffre d'affaires de l'ORF (Österreichischer Rundfunk – Radiodiffusion autrichienne) - répartition des subventions fédérales : art visuel - artistes : arts de la scène et divertissement (V) - répartition des designers par domaine - répartition des entreprises liées à la prestation de services - types d'entreprises : mode et design - fusion des sociétés de publication magazine - multimédia (A et V) - taux de pénétration d'Internet (A) - exportation des programmes informatiques selon les régions cibles - nombre de musiciens, compositeurs et dirigeants (A et V) - chiffre d'affaires des studios d'enregistrement - labels enregistrés et allocataires en (A) - musique populaire autrichienne disponible sur Internet <u>Littérature, édition et média papier</u> - emplois (V) - évolution de l'emploi (V) - taille des entreprises (V) - écrivains autrichiens à plein temps, temps partiel ou second - évolution de l'emploi (V)	emploi - premières éditions ou rééditions d'ouvrage - comparaison entre les premières éditions et les rééditions (A) - études des meilleures ventes d'ouvrages - études de la répartition des publications selon la taille de la maison d'édition - chiffre d'affaires des librairies (V) - les quatre journaux et les quatre hebdomadaires les plus répandus - dépenses publicitaires brut selon les médias - financement de la presse et du journalisme (A) <u>Multimédia, programmation informatique, jeux et internet</u> - emplois (V) - évolution de l'emploi (V) - taille des entreprises (V) - le marché des IT (Information technology – Technologies de l'information) (A) - matériel multimédia (A) - information sur des secteurs multimédia bien déterminés (A) - coopération scientifique des entreprises du multimédia et de la programmation <u>Musées et bibliothèques</u> - emplois (V) - évolution de l'emploi (V) - taille des entreprises (V) - bibliothèques scientifiques et bibliothèques spécialisées - archives réparties selon les catégories d'archives (V) - visites des musées (V) - contribution fédérale au domaine de la culture (A) - subventions versées (V) - emploi dans les bibliothèques, les bibliothèques publiques et les archives <u>Musique</u> - emploi (V) - importance des activités de recherches et

	- taille des entreprises (V) - informations diverses sur la musique populaire (A et V) - recettes liées aux droits d'auteur - recettes liées aux licences - nombre d'entreprises (A et V) - répartition de la création musicale par secteur - proportion des œuvres autrichiennes sur CD au programme radio de l'ORF - enregistrement par l'AKM (Autoren, Komponisten und Musikverleger – société des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique) de représentation live - financement publique de la musique (V) - répartition des emplois (V) - personnel enseignant dans des structures choisies (V) Publicité - emploi (V) - évolution de l'emploi (V) - taille des entreprises (V) - membres du syndicat de la publicité et des communications par type de professions (V) - pronostique du marché de la publicité (A) - évolution moyenne du chiffre d'affaires - demandes de subvention Sondage auprès d'entreprises du secteur - évolution du chiffre d'affaires - proportion des exportations sur le chiffre d'affaires total selon les domaines - évolution de l'emploi : retour en arrière et perspectives - de forts gains sont-ils un objectif décisif de l'entreprise ? - orientation en fonction des besoins des clients - croissance pour assurer la survie à long terme - conquête de nouveaux marchés à l'étranger - le processus créatif est-il important pour votre activité ? - essayez- vous avant tout de faire des choses qui ont du sens et qui font plaisir ? - concevez- vous vos produits/services également comme le reflet de votre entreprise au public ? - vos exigences commerciales et celles concernant votre travail se contredisent-elles souvent ? - répartition de l'innovation en ce qui concerne les procédés et de produits - montant accordé à l'innovation en rapport avec le chiffre d'affaires - relation entre le financement et les activités d'innovation	développement pour le succès de l'entreprise - importance des différentes catégories de clients - nombre de concurrents principaux sur le marché - vers quoi les clients s'orientent-ils lors de la prise de décision de l'achat ? - vos clients s'orientent-ils avant tout en fonction du prix ? - attirance vers les clusters - quelle importance tient la collaboration avec des partenaires, les clients et les autres entreprises de votre branche dans la réussite de votre entreprise ? - rôle des clusters dans la chaîne de création de richesses - la coopération se fait-elle principalement au niveau de la conception/développement, mise en place/production ou/et marketing/distribution ? - coopération fonctionnelle - votre entreprise travaille-t-elle avec des instituts de recherches déterminés ? - partenariat avec le secteur scientifique - en cas de coopération avec des instituts de recherche : quelle est l'importance de cette collaboration pour le succès de l'entreprise ? - dans quelle mesure les groupes suivants ont-ils un rôle à jouer pour votre entreprise comme clients : - consommateur / particulier - radiodiffusion - institution de droit privé - grossiste - détaillant - organisateur - industrie, prestataire de service - autres domaines - y a-t-il quelque chose qui entrave particulièrement votre entreprise à Vienne ? - y a-t-il quelque chose qui arrange particulièrement votre entreprise à Vienne ? - votre entreprise tire-t-elle partie de l'image culturelle de la ville de Vienne ? - utilisation des ressources culturelles - proportion des entreprises subventionnées par type de subvention et branche - proportion des entreprises subventionnées selon le type de subvention et la taille de l'entreprise - influence du chiffre d'affaires réalisé grâce à la vente
--	--	--

		- proportion du chiffre d'affaires réalisé par les produits nouveaux ou améliorés par les entreprises subventionnées et les entreprises non subventionnées - pertinence des mesures de subvention - appréciation des mesures de subventionnement par les entreprises - comparaison des attentes et du chiffre d'affaires des entreprises subventionnées et de celles non subventionnées - effet du financement sur les attentes concernant le chiffre d'affaires et l'emploi - informations sur la participation aux programmes de financement - usage d'internet comme médium de vente - le e-commerce pour les entreprises disposant ou non de produits numériques - chiffre d'affaires réalisé en ligne selon les domaines - part du chiffre d'affaires des produits numériques par branche - support des produits numériques - obstacle à l'élaboration de produits et à la prestation de services numériques - facteurs influençant le chiffre d'affaires lié à la vente de produits numériques	de produits numériques sur les attentes de chiffre d'affaires l'année suivante - type de contrat des employés - nombre moyen d'employés par entreprise - qualification des employés - prise de participation de l'entreprise à la formation continue des employés - représentation au sein des employés de la formation continue en cas de participation à la formation continue - frais de personnel sur le chiffre d'affaires - dépenses liées à des modifications organisationnelles - proportion de créateurs freelances sur l'ensemble des collaborateurs freelances - les collaborateurs freelances réalisant des prestations créatives sont-ils une part importante du succès de votre entreprise ? - proportion des entreprises employant des travailleurs freelances - prestations créatives caractéristiques offertes par les collaborateurs freelance
Ministère fédéral du travail et de l'économie (Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft) <i>Troisième rapport sur l'économie créative autrichienne, 2008 (Dritter österreichischer Kreativwirtschaftbericht)</i> http://www.creativwirtschaft.at/document/3.K.WB.pdf	Union européenne : UE <u>Économie créative(ÉC)</u> - patrimoine culturel - arts vivants - audiovisuel - art visuel - livres et presse - secteurs transversaux <u>Domaines spécifiques</u> - design (graphisme, web-design, design industriel, design de bijoux, textile, de mobilier) - film, littérature, journalisme, composition, théâtre, écriture, traduction) - architecture - publicité - programmation	- évolution de l'ÉC en fonction du nombre d'entreprises, de travailleurs, de produits et de valeur ajoutée brute (A) - part de l'ÉC par rapport à l'économie totale (A) - comparaison de l'ÉC à d'autres branches de l'industrie (A) - comparaison de l'ÉC à d'autres branches de l'industrie (UE) - emploi dans les IC en Europe et dans des pays particuliers - emploi dans l'ÉC au niveau européen et dans des pays particuliers Informations par domaine - taille des entreprises - répartition des entreprises et leurs travailleurs - répartition du type de services apportés à la clientèle dans différents domaines - travail en équipe et coproduction - raisons du travail en coopération - proportion d'entreprises des IC qui font appel aux services d'autres entreprises - domaines dans lesquels les entreprises requièrent des services préalablement à la prestation de leur propre service - répartition de la coopération - origine des partenariats - leurs produits, services et procédés - répartition en fonction de la taille des entreprises des entreprises	Recherche et développement et ÉC - recherche et développement au sein des entreprises de l'ÉC (A) - recherche et développement en fonction du nombre d'employés dans l'entreprise - proportion des travailleurs diplômés de l'enseignement supérieur, ayant abandonné leurs études ou encore en études - nombre de travailleurs diplômés de l'enseignement supérieur dans l'ÉC en comparaison avec les autres secteurs de l'industrie (A) - proportion des entreprises employant au moins un travailleur diplômé de l'enseignement supérieur - talents individuels et formation, expérience des travailleurs dans les entreprises de l'ÉC - répartition des collaborateurs diplômés de l'enseignement supérieur selon leur domaine de qualification - entreprises pluripersonnelles employant des employés diplômés de l'enseignement supérieur - proportion d'entreprises innovantes en ce qui concerne - proportion de travailleurs freelances - turn-over dans les domaines de l'ÉC

	informatique - édition/impression - bureaux techniques - conseil/formation	innovantes - proportion d'entreprises ayant lancé sur le marché une nouveauté en fonction de leur taille - utilisation des nouveaux produits et technologies en fonction du domaine et du type de technologie - proportion des entreprises ayant demandé leurs nouveaux produits ou technologies à leurs fournisseurs et proportion des entreprises s'étant adaptées selon les secteurs - proportion d'entreprises innovantes en ce qui concerne leurs produits et procédés (A) - innovation et recherche et développement des entreprises en fonction de leur taille - proportion des entreprises ayant soutenu des entreprises clientes dans le processus d'innovation selon les domaines - proportion d'entreprises ayant soutenu leurs clients dans le processus d'innovation à différentes étapes du processus (A) - origine de l'initiative d'innovation selon le domaine et la phase du processus d'innovation - répartition selon les domaines de l'origine géographique de l'aide à l'innovation	- domaines de reconversion des travailleurs quittant une entreprise - répartition des travailleurs ayant quitté le secteur de l'ÉC selon le secteur de leur nouvel emploi - secteurs soutenus dans le processus de création par les entreprises de l'ÉC - comparaison de l'importance des secteurs récepteurs de l'impulsion innovante de l'ÉC - coopération des domaines de l'ÉC et de la science - proportion des entreprises innovantes ayant coopéré avec des instituts scientifiques - importance du développement technique selon le secteur Handicaps au développement de l'ÉC - handicaps à l'ÉC - le nombre d'employés : un handicap entravant la mise en place de nouvelles idées - répartition des handicaps selon le degré d'entrave à la mise en place de nouvelles idées
--	---	--	--

BRÉSIL

Gouvernement/ Organisation/ Sources	Définitions/ Objectifs	Indicateurs	
Institut brésilien de géographie et de statistique (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) (IBGE), Ministère de la planification, l'organisation et la gestion Ministère de la culture <i>Système des informations et des indicateurs culturels du Brésil 2003 - 2005. Document études et recherches, No. 22, Rio du Janeiro, 2007, 129 pages</i> http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/indic_culturais/2005/default.shtm		- nombre d'entreprises - nombre d'employés - salaire moyen mensuel - dépenses totales de l'État en culture - revenu total lié aux activités des entreprises de nature culturelle - coût total de la production culturelle - dépense moyenne per capita en culture - dépenses en culture par ville - total des activités économiques directement liées à la culture - total des activités économiques indirectement liées à la culture - taux de participation des activités économiques directement liées à la culture dans le PIB - taux de participation des activités économiques indirectement liées à la culture dans le PIB - commerce d'articles de bureau, papeteries, livres, journaux et publications diverses - commerce d'équipements de bureau, ordinateurs, équipes de téléphonie et de télécommunications - télécommunications - analyse et travail avec données informatiques et production de software - activités on-line de production de l'information, données, software, distribution de contenu électronique - fabrication, édition, impression et reproduction de matériel graphique - fabrication, édition, enregistrement et reproduction de matériel phonographique - fabrication, édition, enregistrement et reproduction de matériel de vidéo - fabrication, édition, impression, gravure et reproduction de matériel de software - activités photographiques - activités de cinématographie et vidéo	

CHILI

Gouvernement/ Organisation/ Sources	Définitions/ Objectifs	Indicateurs	
Conseil Chilien de la culture et des arts, Université ARCIS, Pacte "Andrés Bello" <i>L'impact de la culture dans l'économie chilienne. Santiago de Chile, 2003.</i> http://www.convenioandresbello.info/index.php?idcategoria=1262	Edition	- nombre de titres publiés - pourcentage et nombre de livres publiés selon classification et genre - nombre de livres, revues, partitions et publications divers édités - nombre d'activités et services liés à l'imprimerie, la reliure, la lithographie et la photogravure - nombre d'entreprises éditoriales - nombre de librairies, papeteries et magasins d'articles de bureau - pourcentage de dépenses en livres et publications scolaires, par foyer - quantité de livres, dictionnaires et encyclopédies exportés - quantité de livres, dictionnaires et encyclopédies importés	
	Audiovisuel	<u>Cinéma</u> - moyenne mensuelle d'entrées au cinéma - taux de personnes qui vont au cinéma par 100 000 habitants - nombre de salles de cinéma - capacité des salles de cinéma - moyenne de l'occupation des salles de cinéma par année - nombre de projections par année - moyenne de projections par année	- moyenne mensuelle de projections par salle - nombre de productions cinématographiques - nombre de films distribués et projetés - nombre de films produits - nombre de salles de cinéma, théâtres et entreprises de distribution des films - dépense moyenne en cinéma par foyer <u>Vidéo</u> - dépense moyenne en location de films (vidéo) par foyer
		<u>Musique</u> - revenu total des paiements des droits d'auteur - rapport de la distribution des paiements des droits d'auteur - nombre d'œuvres musicales nationales déclarées - recette des droits de reproduction (phono-mécaniques) - recette des droits phono-mécaniques - recette des droits d'exécution et droits d'exécution connexes - recette des droits d'exécution à sociétés étrangères - recette des droits reçus en provenance de l'extérieur du pays - nombre d'instruments musicaux fabriqués - nombre de disques, bandes magnétophoniques et cassettes fabriqués - quantité de matériel enregistré - nombre d'éditions de matériel enregistré - nombre de reproductions de matériel enregistré <u>Récitals et concerts</u> - taux de présence aux récitals et concerts par 100 000 habitants - nombre de récitals et concerts par année - moyenne mensuelle de personnes assistant aux récitals et concerts	<u>Spectacles</u> - chiffre de présence de personnes aux spectacles et représentations de chorales par 10 000 habitants - nombre de spectacles choraux par année <u>Opéra</u> - chiffre d'assistance à l'opéra - moyenne mensuelle d'assistance à l'opéra par 10 000 habitants - nombre de fonctions et représentations de l'Opéra par année <u>Festivals de la chanson</u> - nombre de festivals de la chanson par année - chiffre d'assistance aux festivals de la chanson par année - moyenne mensuelle d'assistance aux festivals de la chanson

DANEMARK

Gouvernement/Organisation/Sources	Définitions/Objectifs	Indicateurs	
Affaires économiques et commerciales (Økonomi-og Erhvervsministeriet) <i>Denmark in the Culture and Experience Economy – 5 new steps (Danmark i kultur- og oplevelsesøkonomien), 2003, 66 pages (pdf)</i> http://www.oem.dk/publikationer/html/dk-kultur/index.htm	- advertising - cultural institutions - sport industry - events - content production - edutainment - fashion - tourism - architecture - design - film/video - radio/TV - music - visual arts - theatre - books - toys/amusements - printed media	- (DKK) turnover (+ % total private sector) - added value - employment (numbers fulltime) (+ % total private sector) - (DKK) exports (+ % total export) - (DKK) dépenses (+ % of all Danish household consumption.)	
Danish Ministry of Culture, Ministry of Economic and Business Affairs <i>Denmarks' creative potential - Culture and Business Policy Report, 2000, 69 pages (pdf)</i> http://www.kum.dk/sw827.asp http://www.oem.dk/sw184.asp	This cultural and industrial policy report is primarily based on data provided by Statistics Denmark (the Danish Statistics Office), including data in Section 2 on the make-up of the cultural industry in Denmark.	- % participation in culture and the arts, and other leisure activities - (M\$) the entertainment market. Sale of entertainment (Asia/Europe/USA) - (MDKK) Turnover - (MDKK) Export - full time employees - number of firms - number of new firms (New companies are categorised as companies started within the past year)	- % growth in selected Danish business lines - percentage growth in turnover - percentage growth in exports - percentage growth in added value - % commercial experience - % partnership relations besides sponsorship - interconnection between participation in the arts/leisure activities and education

ESPAGNE

Gouvernement/ Organisation/ Sources	Définitions/Objectifs	Indicateurs	
Ministère de la culture MCU <i>La valeur économique de la culture 2000 - 2005 (« El valor económico de la cultura - Resultados 2000-2005 »)</i> http://www.mcu.es/estadisticas/MC/VecE/2000-2005/Resultados.html	- patrimoine - archives et bibliothèques - livres et presse - arts plastiques - arts scéniques - cinéma et vidéo - musique enregistrée - radio et télévision - publicité et informatique - activités interdisciplinaires <u>Domaines spécifiques</u> - fabrication - création et production - distribution et diffusion - activités éducatives et de formation - activités de promotion et régulation - activités complémentaires	- valeur absolue du secteur d'activité - participation des types d'activités par secteur dans le PIB du pays - participation des secteurs d'activité dans le PIB du pays - PIB culturel - taux de chaque secteur dans le PIB culturel	
Ministère de la culture MCU. CULTURABase <i>Rapport</i> http://www.mcu.es/culturabase/cgi/um?M=/t2/p2/a2005/&O=pcaxis&N=&L=0	<u>Activités économiques</u> - activités des musées, archives, bibliothèques et autres institutions culturelles - édition - arts graphiques et services connexes - reproduction de bandes enregistrées - fabrication d'appareils pour la réception, enregistrement et reproduction du son et de l'image - fabrication d'instruments musicaux - activités cinématographiques et de vidéo - activités de radio et télévision - activités des agences de nouvelles - autres activités artistiques et de spectacle	- entreprises culturelles par activité économique et nombre d'employés - entreprises culturelles par activité économique et condition juridique - entreprises culturelles par communauté autonome et activité économique - valeur des entreprises par activité économique - valeur totale des négociations des entreprises cinématographiques, de radio et télévision, selon le type d'activité	<u>Facteurs</u> - valeur totale de la production - volume d'affaires - valeur totale brute de la production aux prix du marché - dépenses en salaires des employés - investissements et achats de matériel et équipements
Institut catalan des industries culturelles (Institut Català	Catalonia: C - audiovisual (includes television and radio)	- gross added value of cultural sectors (C) - employment in cultural sectors (C) - number of employees in cultural sectors (C) - number of employees in cultural sub sectors (C)	- production - distribution - exhibition - video

de les Indústries Culturals) (ICIC) <i>Rapport, 2009</i> http://cultura.gencat.cat/ctic/dadesindustriesculturals2009/multimedia/index.html	- books - press - performing arts - phonograms - art galleries	- audiovisual - radio - productivity of the cultural sector compared with other sectors (C) - productivity of cultural sectors (C) - books - concerts - shows - exhibitions - films - music - cultural practices (C) - language used and consumption of cultural productions - Catalan - Spanish - Other languages <u>Audiovisual sector</u> - Catalan feature length film productions - audience and earnings - audience and earnings for Catalan film productions - distribution of films showing in Catalonia according to country of production <u>Performing arts sector</u> - performance by Catalan companies according to territories - performing arts contribution to gross added value - basic data on theater on Catalonia - Catalan theatre companies - staff employees at companies - total shows by Catalan theatre companies - total performances by Catalan theatre companies - theatres (C) - total staff employees in theatres (C) - theatre audiences (C) <u>Visual arts sector</u> - gross added value and occupation in art galleries - art galleries according to the number of exhibitions (C) - attendance of Catalan galleries at art trades <u>Books sector</u> - basic data on Catalan publishing houses	- television - distribution in productions from Spanish publishing houses - titles published (C) - percentage of titles published in Catalan - percentage of titles published in Spanish - domestic market turnover of Catalan publishing houses <u>Music sector</u> - distribution of Spain's record label production - turnover of Spain's record label sector according to format - distribution of Spain's digital productions - turnover from physical formats <u>International promotion</u> - performances overseas by Catalan performing arts companies - distribution of performances by Catalan performing arts companies - exports of Catalan and Spanish cultural assets according to the kind of products - exports of Catalan and Spanish cultural assets according to the location <u>Cultural companies</u> Main initiatives - refundable contributions - culture credit - risk publicity - cultural consultancy - business development services (BDS) information and training areas - marketing and communication - new technologies - bussines management - internationalisation - legal - overview of BDS information and training actions - sectors of persons attending BDS information / training - distribution of sums granted as refundable contributions by sector - culture consultancy grants by cultural sectors - budget by 2009 of ICIC - distribution by sector - distribution of expenditure budget according to goals
--	--	--	--

ÉTATS-UNIS D'AMÉRIQUE

Gouvernement/ Organisation/ Sources	Définitions/Objectifs	Indicateurs	
National Endowment for the Arts (NEA) <i>Artists in the Workforce 1990-2005, 2008, 150 pages (pdf)</i> <i>Arts Participation 2008. Highlights from a National Survey, 2009, 93 pages (pdf)</i> <i>Performance & Accountability Report Fiscal Year 2009, 2009, 100 pages (pdf)</i>	<u>Access to artistic excellence</u> Foster and preserve excellence in the arts and provide access to the arts for all Americans - artists & arts organizations have opportunities to create, interpret, present, & perform artistic work - audiences throughout the Nation have opportunities to experience a wide range of art forms & activities - the arts contribute to the strengthening of communities - artistic works & cultural traditions are preserved - organizations enhance their ability to achieve their artistic & public service goals <u>Learning in the arts</u> non applicable <u>Partnerships for the arts</u> Develop and maintain partnerships that advance the mission of the National Endowment for the Arts - state arts agencies & regional arts organizations enable the Arts Endowment to make the arts available in more communities than it could directly - other public & private sector organizations support arts activities that advance the mission of the Arts Endowment	<u>Number of:</u> - projects whose primary purpose is to create or present art - artists participating in projects whose primary purpose is to create art - individuals directly benefiting from projects whose primary purpose is to make the arts widely available to the public (excluding broadcast audiences) - projects whose primary purpose is to strengthen communities through access to the arts - projects whose primary purpose is to strengthen communities through access to the arts - projects whose primary purpose is the preservation of artistic works & cultural traditions - projects whose primary purpose is to assist organizations to enhance their abilities to achieve their artistic & public service goals <u>Number of:</u> - communities reached through grants made solely with NEA funds by State arts agencies and regional arts organizations utilizing partnership agreements with the Arts Endowment - other government agencies participating in interagency arrangements with the Arts Endowment that support the Arts Endowment's mission. - distinct communities directly benefiting from Arts Endowment-funded projects	<u>Human Capital</u> - number of artists in the overall labor force - artist occupations - concentration - origins - education - employment - sex <u>Arts Participation</u> - % attending arts exhibits & performances (by discipline) - relation between performing arts ticket sales & US GDP trends (inflation) - median age of arts attendees - % adults ages 18-24 & 45-54 attending arts events - % of US adult population attending arts performances (by highest level of education)

Americans for the Arts <i>ProsperityIII. The Economic Impact of Nonprofit Arts and Culture Organizations and Their Audiences, National Report, 2009, 314 pages (pdf)</i> http://www.americansforthearts.org/information_services/research/services/economic_impact/aepiii_calculator.html www.AmericansForTheArts.org		- total expenditures (\$) (per person, per event – in addition to the cost of admission) - Full-Time Equivalent (FTE) jobs (total amount of labour employed) - resident household income (\$) - local government revenue (\$) - state government revenue (\$) - federal income tax revenue (\$) - % of US workforce Used by Florida, Illinois (Chicago), Delaware, Hawaii, Minnesota, North Dakota, Oklahoma	The Arts & Economic Prosperity III Calculator - population - total expenses - total attendance <u>Total Economic Impact</u> - total expenditures - FTE jobs - household income - local government revenue - state government revenue
<i>Creative Industries: Business & Employment in the Arts, 2009</i> http://www.artsusa.org/information_services/research/services/creative_industries/default.asp	<u>Arts-related Business</u> - museum/collections - performing arts - visual/photography - film, radio/ TV - design/publishing - arts Schools/services	- number of businesses - number of employment - % by arts sector <u>Reports</u> - by U.S. Congressional District - by State Legislative District - by map	
<i>Creative Industries 2008. The State Report, 2008, 12 pages (pdf)</i>	<u>Arts-related Business</u> - museum/collections - performing arts - visual/photography - film, radio/ TV - design/publishing - arts Schools/services	- number of businesses - number of employment - % by arts sector - art v/s all businesses (% change) <u>Reports</u> - by state	
<i>Creative Industries 2008. The 50 City Report, 2008, 12 pages (pdf)</i>	<u>Arts-related Business</u> - museum/collections - performing arts - visual/photography - film, radio/ TV - design/publishing - arts Schools/services	- number of businesses - number of employment - % by arts sector - art v/s all businesses (% change) <u>Reports</u> - by 50 most populated cities	
<i>National Arts Index 2009. An annual Measure of the Vitality of Arts and Culture in the United</i>	<u>Objectives</u> - <u>Aesthetics</u> the arts create beauty and preserve it as part of culture	<u>NAI Capacity & Infrastructure Measure</u> - artists in the workforce - registered arts and culture 501(c)(3) organizations - capital stock of arts and culture industries	- federal government arts and culture funding per capita - arts and culture share of federal domestic discretionary spending

States, 2010, 146 pages (pdf) http://www.americansforthearts.org/information_services/arts_index/001.asp#report	- <u>Creativity</u> the arts encourage creativity, a critical skill in a dynamic world - <u>Expression</u> artistic work lets us communicate our interests and visions - <u>Identity</u> arts goods, services, and experiences help define our culture - <u>Innovation</u> the arts are sources of new ideas, futures, concepts, and connections - <u>Preservation</u> arts and culture keep our collective memories intact - <u>Prosperity</u> the arts create millions of jobs and enhance economic health - <u>Skills</u> arts aptitudes and techniques are needed in all sectors of society and work - <u>Social Capital</u> we enjoy the arts together, across races, generations, and places Scholastic Aptitude Test: SAT	- CD and record stores - “Creative Industries” employment - “Creative Industries” establishments - employees in arts and culture industries - establishments in arts and culture industries - movie screens - capital stock of arts and culture non-profits - independent artists, writers performers - arts support organizations - arts union membership - workers in arts and culture occupations <u>NAI Participation Measure</u> - attendance at Broadway shows in New York - attendance at touring Broadway shows - citations of arts and culture in bibliographic databases - copyright applications - visual and performing arts degrees - foreign visitor participation in arts and culture leisure activity - arts majors by college-bound seniors - attendance at live popular music - art museum visits - attendance at symphony, dance, opera and theatre - motion picture attendance - museum visits - New work in theatre, orchestra, opera, Broadway and film - opera attendance - personal arts creativity experiences - noncommercial radio listenership - public television viewing - performance of SAT test takers with four years of art or music - personal expenditures on arts and culture - symphony attendance - non-profit professional theatre attendance - volunteering for the arts <u>NAI Contributed Support Measure</u> - corporate arts and culture funding - arts and culture share of corporate funding - federal government arts and culture funding - share of nonprofit arts organizations with end-of-year surplus - symphony attendance - population share attending symphony	- foundation arts and culture funding - arts and culture share of foundation funding - local government funding of local arts agencies - arts, culture, and humanities in the Philanthropic Giving Index - private giving to arts and culture - arts and culture share of private giving - state arts agency legislative appropriations - state arts agency funding per capita - state arts agency share of state general fund expenditures - arts support organizations - united arts fundraising campaigns - volunteering for the arts <u>NAI Employment Measure</u> - “Creative Industries” employment - employees in arts and culture industries - share of employees in arts and culture industries - payroll in arts and culture industries - share of payroll in arts and culture industries - independent artists, writers and performers - arts union membership - volunteering for the arts - wages in artistic occupations - workers in arts and culture occupations - share of workers in arts and culture occupations <u>NAI Nonprofit Measure</u> - registered arts and culture 501(c)(3) organizations - foundation arts and culture funding - arts and culture share of foundation funding - art museum visits - population share visiting art museums - attendance at symphony, dance, opera and theatre - population share attending symphony, dance, opera and theatre - capital stock of arts and culture nonprofits - revenue of arts and culture nonprofits - opera attendance - population share attending opera - public television viewing - arts support organizations - noncommercial radio listenership - return on assets of arts businesses - recording industry shipment value - independent artists, writers and performers
---	--	---	--

		- nonprofit professional theatre attendance - population share attending nonprofit professional theatre - volunteering for the arts <u>NAI Creativity Measure</u> - artists in the workforce - registered arts and culture 501(c)(3) organizations - copyright applications - visual and performing arts degrees - musical instrument sales - New work in theatre, orchestra, opera, Broadway and film - personal arts creativity experiences - independent artists, writers and performers <u>NAI Educational Interest Measure</u> - visual and performing arts degrees - visual and performing arts share of all degrees - arts majors by college-bound seniors - performance of SAT test takers with four years of art or music - share of SAT test takers with four years of art or music <u>NAI Arts Business Measure</u> - bookseller sales - attendance at Broadway shows in New York - population share attending Broadway shows in New York or on tour - capital stock of arts and culture industries - CD and record stores - musical instrument sales - attendance at live popular music - population share attending live popular music - motion picture attendance - movie screens - songwriter and composer performing royalties - return on assets of arts businesses - private giving to arts and culture - arts and culture share of private giving	<u>NAI Competitiveness Measure</u> - population share attending Broadway shows in New York or on tour - arts and culture share of corporate funding - visual and performing arts share of all degrees - share of employees in arts and culture industries - share of establishments in arts and culture industries - federal government arts and culture funding per capita - arts and culture share of federal domestic discretionary spending - arts and culture share of foundation funding - population share attending live popular music - population share visiting art museums - population share attending symphony, dance, opera and theatre - population share attending opera - share of payroll in arts and culture industries - population share engaged in personal creativity activities - arts, culture, and humanities in the Philanthropic Giving Index - arts and culture share of private giving - return on assets of arts businesses - share of SAT I test takers with four years of art or music - arts and culture share of personal expenditures - state arts agency funding per capita - state arts agency share of state general fund expenditures - share of nonprofit arts organizations with end-of-year surplus - population share attending symphony - population share attending nonprofit professional theatre - share of workers in arts and culture occupations funding
--	--	---	---

International Intellectual Property Alliance (IIPA) <i>Copyright Industries in the U.S. Economy</i>, 2009, 29 pages (pdf) http://www.iipa.com/copyright_us_economy.html		Copyright Industries (\$) <u>Value Added</u> - \$ contributions to US economy: - \$ core copyright industries - % core share of US GDP - comparisons to other sectors - % annual growth rates value added to U.S. GDP	<u>Employment</u> - number employment - compensation per employee <u>Foreign Sales & Exports</u> - \$ revenues - % annual growth rate - \$ by industries
The Urban Institute <i>Cultural Vitality in Communities: Interpretation and Indicators</i>, 2006, 104 pages (pdf). http://www.urban.org/publications/311392.html	National Center for Charitable Statistics: NCCS County Zip Business Patterns: CZBP	Arts and Culture Indicators Project (ACIP) <u>Presence of opportunities for cultural participation</u> - nonprofit, public, and commercial arts-related organizations (with a particular focus on size and function within the cultural and broader community context) - retail arts venues – bookstores, music stores, film theaters, craft and art supply stores - non-arts venues with arts and cultural programming – parks; libraries; ethnic associations, societies, and centers - festivals and parades - arts-focused media outlets (print and electronic, including web-based venues) - art schools <u>Participation cultural participation itself</u> - amateur art making - collective/community art making - K–12 arts education - arts after-school programs	- audience participation - purchase of artistic goods (materials for making art as well as final arts products) - discourse about arts and culture in the media <u>Support for cultural participation</u> - public expenditures in support of the arts in all sectors (nonprofit, public, and commercial) - foundation expenditures in support of the arts (nonprofit, public, and commercial) - volunteering and personal giving to the arts - presence of working artists - integration of arts and culture into other policy areas and corresponding allocation of resources (e.g., community development, education, parks and recreation, etc.)
National Governors Association (NGA) <i>Arts & The Economy. Using Arts and Culture to Stimulate State Economic Development</i>, 2009, 44 pages (pdf) <i>Strengthening Rural Economies through the Arts</i>, 2005, 23 pages (pdf) http://www.nga.org/portal		<u>The Creative Industries as Economic Assets</u> - number of jobs - contributions personal income, taxes & wealth - % annual growth <u>Understand Your State's Cultural Industries</u> - Inventory State Arts Assets - Mapping Assets in specific sub-clusters (Arkansas) - Creating Index Systems (Creative Vitality Index: CVI) - Cultural Data Project (Pennsylvania) - New England Cultural Database (NECD) - Cultural Economic Development Online Tool (CEDOT) (Michigan)	<u>Incorporate the Arts & Culture into Statewide Planning</u> - vision, plan & visioning process: - strengthening the economy - learning & wennless - design 7 development - leadership (Florida) <u>Develop Strategies to Provide Support for the Arts & Culture Sector</u> - target specific sectors - strengthen the Nonprofit & Cultural infrastructure <u>Incorporate the Arts into Community Development Plans</u> - provide planning grants & training to

/site/nga/menuitem.9123e83a1f6786440ddcbeeb501010a0/?vgnextoid=58600d8f4b0de110VgnVCM1000005e00100aRCRD http://www.nga.org/portal/site/nga/menuitem.9123e83a1f6786440ddcbeeb501010a0/?vgnextoid=8e227e958d306010VgnVCM1000001a01010aRCRD		- create cultural enterprise zones or communities - coordinate & support cultural tourism efforts at the State Level <u>Incorporate the Arts into a State Tourism Strategy</u>	communities
États/Source	Définitions/Objectifs	Indicateurs	
ARKANSAS Arkansas Arts Council Mt-Auburn Associates Regional Technology Strategies. <i>High Hopes Deep Roots</i> ,. <i>Foundation of Arkansas Creative Economy</i> , 2008, 62 pages (pdf) Regional Technology Strategies. <i>Ducks, Documentaries and Design: Tales From Arkansas' Creative Economy</i> , 2008, 60 pages (pdf) Regional Technology Strategies. <i>Creativity in the Natural State: Growing Arkansas' Creative Economy</i> , 2007, 32 pages (pdf) http://www.arkansasarts.com/	<u>Creative Industries</u> <u>Inputs</u> - photographic and art supplies - music supplies - craft supplies <u>Creation</u> - writers - painters - sculptors - photographers - choreographers - artisans - interior designers - landscape architects - graphic designers - architects - composers - songwriters - product designers <u>Production</u> <u>Visual & Performing Arts</u> - dance companies - musical performance - theater - visual arts - museums <u>Media & Commercial Arts</u> - film & video production	- population distribution by region - % population growth, unemployment and poverty by region - full-time artists, designers, and performers (number, % per 1 000 employed) - educational institutions - festivals and events - places and spaces - associational infrastructure - museums and cultural centers - films produced: - motion pictures - documentaries - TV series or films	

	- books - newspapers - periodicals - gaming - graphic design - advertising - printing - greeting cards <u>Product Design</u> - architecture firms - landscape architecture firms - interior design firms - artisan manufacturing - design intensive goods <u>Cultural Heritage</u> - heritage sites - historic houses, - specialized food products - libraries <u>Dissemination</u> - media - performance venues - festivals - wholesalers - retail Stores - non-store retailers		
CALIFORNIA California Arts Council <i>Creative Vitality Index. CVI Study: The State of California and Ten CVI Regions for 2006 and 2007, 2007, 64 pages (pdf)</i> http://www.cac.ca.gov/artinfo/files/CA-CVI-report-06-07-corrected.pdf	<u>Creative Vitality Index (CVI)</u> An annual measure of the health of the arts-related creative economy in a specified geographic area. In the CVI, an area's creative economy is defined as including for-profit and nonprofit arts-related creative enterprises and the key support and service activities that sustain them. The CVI is anchored in an aggregation of established, longitudinal, and annually maintained data sets that have been determined, through research and analysis, to serve as an indicator of the vitality of an area's arts-oriented economy.	<u>Community Arts Participation Index</u> - non-profit arts organization income - non-profit "arts-active" organization income - per capita bookstore and record store sales - per capita music store sales of instruments and equipment - per capita photography store sales - performing arts revenues - art gallery and individual artist revenues <u>The Occupational Index</u> - level of creative occupations per capita in a given geographic area compared with national per capita occupational employment - location quotients show the relative strength of each occupation within the CVI in comparison to the state of California and the nation as a whole	<u>California Primary Occupations</u> - commercial and industrial designers - fashion designers - floral designers - graphic designers - interior designers - set and exhibit designers - architects, except landscape and naval - landscape architects - art directors - radio and television announcers - multi-media artists and animators - technical writers - writers and authors - editors - photographers

	<u>CVI used by</u> - California - Oregon - Washington	<u>Report:</u> - by region - music directors and composers - musicians and singers - dancers - choreographers <u>California Secondary Occupations</u> - advertising and promotions managers - public relations managers - librarians	- actors - producers and directors - public relations specialists - audio and video equipment technicians - broadcast technicians - sound engineering technicians - film and video editors - directors, religious activities - musical instrument repairers and tuners - media and communication workers, all other
California Arts Council The Economic Impact of Nonprofit Arts And Cultural Organizations in California <i>The Arts: A Competitive Advantage for California II</i> , 2004, 102 pages (pdf) http://www.cac.ca.gov/artinfo/econ.php		- arts contributions in state economy (\$) - spendings, attracts, revenues (tax & income) (\$) <u>Expenditures (M\$ & %)</u> - payroll - services (food and drink, souvenirs, books, or arts, objects purchased, child-care related to attending arts event, clothing and accessories) - goods - non-personnel operating - travel expenditures (including gas, parking, tolls, taxi, limo and public transportation) - artistic property - capital expenditure - grantmaking	<u>Revenues (M\$ & %)</u> - admissions and on-site sales - other operating income (rent, tuition, services and recordings) - contributed revenue – government and private (individuals, corporations and foundations) - investment income
Cultural Industries Silicon Valley <i>Cultural Initiatives Creative Community Index</i> , 2006, 32 pages (pdf) http://www.ci-sv.org/cna_index.shtml		- % arts education local v/s national - % local demand for arts education - % of Silicon Valley residents that “highly” value their personal artistic activities and the percentage that rate the region as a good place to pursue such interests - % of Silicon Valley residents that “highly” value participating in artistic activities with others and the percentage that rate the region as a good place to pursue such interests - % what residents would like to learn - % artistic expression (by ethnic diversity) - % artistic expression’s personal importance - rate of innovation (years) - patented innovation (number) - % social capital regional comparisons - % creation of new artistic works (by budget size) - % creation of new artistic works (in the past five years) - % forms of participation (by ethnic diversity)	- going to museums, galleries, exhibitions - singing - going to theatres - music - attending a book club - % attendance at cultural events - % creativity on the job - % distribution across artistic disciplines - % festival attendance - % venues for cultural performances - concert hall, theatre, etc - outdoor park or amphitheatre - restaurant, bar, nightclub - large arena, stadium - school auditorium, gym - church or synagogue - private home - % awareness of public art - % arts groups partnering with local schools (by

		- attending concerts, performances, fairs - dancing - % youth exposure to the arts - school - family member - church or other organization - % leadership donations to the arts - % arts management leadership (FTE manager) - % awareness of cultural leaders - % collaborations with social services - heritage/folk arts - museums/arts centers	budget size) - theatre/opera - music - dance - % Contributions to the Arts (local v/s National) - individual - corporations - foundations - government - % earned revenue (local v/s national)
CONNECTICUT MAINE MASSACHUSETTS NEW HAMPSHIRE RHODE ISLAND VERMONT New England Foundation for the Arts (NEFA) <i>The Creative Economy: A New Definition</i> , 2007, 64 pages (pdf). http://www.nefa.org/who_we_are/publications http://www.culturecount.org/		The Creative Economy: A New Definition <u>Cultural Enterprise Employment</u> - cultural enterprise employment (by state v/s national) - cultural enterprise of % total employment - cultural enterprise location quotient (share of total employment in a region originating in a particular sector divided by the same sector's share in national employment) <u>Cultural Workforce</u> - cultural workforce (by state v/s national) - % of total workforce - local quotient <u>Top Ten Cultural Enterprise Industries (by Employment)</u> - newspaper, publishers - commercial lithographic printing - cable & other program distribution - periodical publishers - advertising agencies - radio, television & other electronics stores - architectural services - video tape & disc rental - jewelry stores - book stores <u>Top Ten Cultural Workforce Occupations (by Employment)</u> - designers - librarians - visual artists & related workers - architects - writers & authors - editors	- musicians, singers & related workers - public relations specialists <u>Cultural Workforce</u> - age - gender & marital status - % ethnic composition - % citizen, veteran & disability status - educational attainment - % weeks worked & unemployment - % type of employer (for-profit, non-profit, government, self-employed, unpaid) - \$ mean earning (wage and salary, self-employment) - \$ average earnings & income (earnings, add. income, spouse's income) New England Cultural Database (NECD) <u>Data Source</u> - U.S. economic census and county business patterns - decennial U.S. population census and monthly current population survey (U.S. Bureau of Labor Statistics and Census Bureau) - IRS form 990, made available by the National Center for Charitable Statistics <u>Classification System</u> - Standard Occupational Classification (SOC) - North American Industry Classification System (NAICS) - Census Occupational Codes - National Taxonomy of Exempt Entities (NTEE)

		- library assistants, clerical - advertising sales agents	Détails: <i>Appendix</i> pp. 53 – 61
LOUISIANA Louisiana cultural economy initiative Mt-Auburn Associates <i>Louisiana: Where Culture Means Business A Strategic Plan for Louisiana's Cultural Economy</i>, 2007, 14 pages (pdf) <i>The Louisiana Cultural Economy : 2007 Status Report</i>, 2007, 32 pages (pdf) http://www.crt.state.la.us/CULTURALECONOMY/ http://www.crt.state.la.us/cultureconomy/mtauburn/cultureconomyreport.htm	<u>Origination</u> - musicians - writers - painters - chefs - sculptors - photographers - choreographers - artisans - interior designers - landscape architects - graphic designers - architects - composers - songwriters <u>Distribution</u> - media - performance - venue - festivals - wholesalers - retailers - libraries and museums <u>Markets</u> - Louisiana - National - International <u>Production</u> - entertainment - film & video • music - performing arts - computer games - radio and TV - literary - spoken word - books • newspapers - periodicals - visual arts - artisans and crafts - foundries	<u>General</u> - total employment - employment compared to other economic sectors - employment growth (cultural industries v/s total economy) <u>Cultural Workforce</u> - number of individuals in artistic occupations - self-employed (primary job, secondary job) - salaried wages estimates <u>Regional Importance</u> - % regional cultural economy employment v/s total employment - % location of cultural employment v/s total employment <u>Entertainment</u> <u>Film</u> - total employment - \$ total production - \$ total payroll - membership IATSE (Motion Picture Studio) <u>Music</u> <u>Performing Arts</u> <u>Literary Arts</u> - total employment - number of public libraries opened <u>Preservation</u> <u>Culinary Arts</u> - employment <u>Visual Arts, Crafts & Design</u> - % income earned from art - number of galleries	

	- culinary arts - food processing - restaurants • caterers - design - graphic design - advertising • printing - preservation - construction trades - millwork - ornamental mfg. <u>Support System</u> - associations - networks - unions - government - philanthropy		
LOUISIANA Louisiana cultural economy initiative Mt-Auburn Associates <i>Louisiana: Where Culture Means Business</i> <i>A Strategic Plan for Louisiana's Cultural Economy</i>, 2007, 14 pages (pdf) <i>The Louisiana Cultural Economy : 2007 Status Report</i>, 2007, 32 pages (pdf) http://www.crt.state.la.us/CULTURALECONOMY/ http://www.crt.state.la.us/cultureconomy/mtauburn/cultureconomyreport.htm	<u>Origination</u> - musicians - writers - painters - chefs - sculptors - photographers - choreographers - artisans - interior designers - landscape architects - graphic designers - architects - composers - songwriters <u>Distribution</u> - media - performance - venue - festivals - wholesalers - retailers - libraries and museums <u>Markets</u> - Louisiana - National - International	<u>General</u> - total employment - employment compared to other economic sectors - employment growth (cultural industries v/s total economy) <u>Cultural Workforce</u> - number of individuals in artistic occupations - self-employed (primary job, secondary job) - salaried wages estimates <u>Regional Importance</u> - % regional cultural economy employment v/s total employment - % location of cultural employment v/s total employment <u>Entertainment</u> <u>Film</u> - total employment - \$ total production - \$ total payroll - membership IATSE (Motion Picture Studio) <u>Music</u> <u>Performing Arts</u> <u>Literary Arts</u> - total employment - number of public libraries opened <u>Preservation</u> <u>Culinary Arts</u> - employment	

	<u>Production</u> - entertainment - film & video • music - performing arts - computer games - radio and TV - literary - spoken word - books • newspapers - periodicals - visual arts - artisans and crafts - foundries - culinary arts - food processing - restaurants • caterers - design - graphic design - advertising • printing - preservation - construction trades - millwork - ornamental mfg. <u>Support System</u> - associations - networks - unions - government - philanthropy	<u>Visual Arts, Crafts & Design</u> - % income earned from art - number of galleries	
MICHIGAN Michigan Office of Cultural Economic Development Michigan Department of History, Arts and Libraries <i>Great Lakes Arts, Culture, and Heritage Participation Survey Report, 2007, 53 pages (pdf)</i>	Cultural Economic Development Online Tool (CEDOT) Network of statewide partners who represents artists, libraries, educators, art retailers, historic preservation, museums and other organisations to establish and update a database to monitor, assess, and enhance Michigan's creative sector.	- % attendance at theatrical performances - % attendance at dance performances - % attendance at music performances - % participation in performing arts, visual arts, and arts-related disciplines - professional artists - % purchases of visual arts, books, videos/DVDs, CDs, records, tapes, and music downloads - employment of performing artists, architects, designers, and heritage-related services - use of libraries - % affiliation with, donations to, and volunteer service to arts, heritage, and cultural organizations - % arts education and exposure to the arts during childhood	

<i>Cultural Economic Development. A Strategy to Leverage Michigan's Creative Talent and Cultural Assets to Spur Economic Growth and Build Community Prosperity</i>, 2005, 32 pages (pdf) 2010 Cultural economic development action strategy, 2007, 13 pages (pdf) http://www.michigan.gov/mshda/0,1607,7-141-54318-177439--,00.html http://www.michigan.gov/mshda/0,1607,7-141-54318---,00.html		- % arts and culture-related tourism - socioeconomic characteristics : - gender - family status - state of residence - sexual orientation - education - age - number of resident - employment - race - origin - income	
NEW YORK New York City Economic Development Corporation <i>Arts as an Industry</i>, 2006, 112 pages (pdf) http://www.nyfa.org		NY City v/s NY State - economic impact (\$) - jobs generated (number) - wages generated (\$) - taxes (\$) - income taxes - sales taxes - taxes on visitor spending - business taxes	<u>Expenditures & Impact of the Arts Industry by Components (\$ and %)</u> - motion picture & television production - nonprofit culture - commercial theater - art galleries & auction houses - arts-motivated visitors <u>Export Component of Direct Expenditures of the Arts Industry</u>
New York Foundation for the Arts (NYFA) <i>Culture Counts. Strategies for a More Vibrant Cultural Life for New York City</i>, 2001, 76 pages (pdf) http://www.nyfa.org/level5.asp?id=55&fid=5&sid=		- % Department of Cultural Affairs expense budget spending as percent of total NYC spending - schools & students served by arts connection (by school district) <u>Participation</u> - how adults – people ages 18 and over – participate in the arts - how children – those under 18 – participate in the arts - which specific groups are underserved - what - how often	

9&tid=22&foid=8		- barriers – events (costs, locations, life circumstances...)	
Alliance for the Arts <i>The Economic Impact of the Arts on New York City and New York State</i> , 1997, 65 pages (pdf) <i>Cultural Capital Investing in New York's Economic and Social Health</i> , 2002, 26 pages (pdf) http://www.allianceforarts.org/		- economic impact (\$) - employment - taxes (\$) <u>Expenditure Pattern of Nonprofit Cultural Organizations</u> - personnel - outside artists fees - outside professional services - space rental - travel - marketing/advertising - remaining operating - expenditures <u>Sources of Income</u> - operations - admissions - contracted services - tuition/class and workshop fees - fundraising events - other	- private contributions - foundation - corporate - individual/other - public support - federal - state - local - interest from endowment/other <u>Expenditure Pattern of Cultural Tourists</u> - restaurants - hotel - airfare - shopping - local transportation - intercity bus/rail - other/sightseeing
NORTH CAROLINA North Carolina Art Council Mt-Auburn Associates <i>Creative Economy : The Arts Industry in North Carolina</i> , 2007, 23 pages (pdf) <i>Clusters of Creativity: The Role of the Arts and Design in North Carolina's Economy</i> , 2007, 118 pages (pdf) <i>Just The Ticket! The Arts make Money in North Carolina</i> , 2004, 12 pages (pdf)	<u>Public values</u> <u>Vibrant communities</u> - active citizenship - access to variety of experiences - attractive and distinctive spaces - authenticity and a sense of heritage - safe public gathering places <u>Productive North Carolinians</u> - healthy economy - skilled, high performing workforce - lifelong learning - quality education - opportunity to Excel - healthy minds and bodies <u>A free and democratic society</u> - individual creative expression - our cultural legacy - cross-cultural understanding and connection to a wider world - public accountability - pursuit of happiness	- establishments - employment - self-employment - wages <u>Overview of Public and Nonprofit Sector Creative Economy Data</u> - postsecondary education - K–12 education - non-profit organizations - state government - local government - library occupations <u>Non-Profit Arts Impact</u> - direct full-time jobs - average salary (\$) - taxes (\$) - avg. full-time & part-time payroll (\$) - ROI (each grant dollar invested by the N.C. Arts Council is matched by \$24 other dollars locally)	<u>Economic Impact Category</u> - direct economic impact of non-profit arts groups (\$) - multiplier effect using 1.5 factor (\$) - volunteer estimate (\$) <u>State Appropriation</u> - per capita - total participation - per categories

http://www.ncarts.org/			
PENNSYLVANIA Greater Philadelphia Cultural Alliance <i>Arts Culture & economic prosperity in Greater Philadelphia</i>, 2007, 28 pages (pdf) <i>Philadelphia Cultural Engagement Index</i>, 2009, 96 pages (pdf) http://www.philaculture.org/ http://www.philaculture.org/category/research-reports/cultural-engagement-index-cei http://mpip.temple.edu/		- organizations' spending: - FTE jobs - \$ resident household income - \$ local government revenue - \$ state government revenue - audience spending : - FTE jobs - \$ resident household income - \$ local government revenue - \$ state government revenue - ROI <u>The Metropolitan Philadelphia Indicators Project (Community)</u>	<u>Cultural Engagement Index (CEI)</u> <u>Audience based</u> - attend live perf. arts programs - visit art museums and art galleries - visit history and science museums - attend community cultural events - media-based consumption <u>Personal Practice</u> - arts learning & skills acquisition - inventive engagement - interpretive engagement - curatorial engagement

FINLANDE

Gouvernement/ Organisation/ Sources	Définitions/Objectifs	Indicateurs	
Ministry of Education (Opetusministeriö) <i>The Value of Culture? Committee report on the contribution of culture to the national economy, 2008, 35 pages (pdf)</i> Antti Hautamäki. <i>Creative economy and culture at the heart of innovation policy, 2009, 25 pages (pdf)</i> http://www.minedu.fi/OPM/ http://www.minedu.fi/OPM/Julkaisut/2008/Culture.html?lang=en http://www.minedu.fi/euteemavuosijatuksia/hautamaki/?lang=en	<u>Cultural Industries</u> - book publishing (which, from a narrower cultural policy point of view can be restricted to cover belles-lettres and books for children and youth) - film and video sectors - music industry (phonograms, concert activities); - visual arts (art markets) - performing arts (orchestras, theatre, opera, dance); - architecture, design and photography	<u>Statistics/Indicators for economic effectiveness</u> - direct annual value added of culture - direct annual employment impact - indirect impact - impact within government accounts - impact on foreign trade (export, import) - GDP share of culture and its share of employed labour <u>Cultural trade and investment in culture</u> - export of cultural goods, services and intellectual property - import of cultural goods, services and intellectual property - net position of cultural trade <u>Culture tourism</u> - attendance by tourists at culture events and activities - culture spending by tourists <u>Culture labour market analysis</u> - employed labour in the cultural sector and the unemployment rate - culture occupations outside the culture sector - full-time and part-time employment - entrepreneurship and other self-employed jobs <u>Volunteerism</u> - number of volunteer workers in the culture sector - share of volunteerism in the culture sector of all volunteerism	<u>Government and private sector support</u> - government support in the culture sector: operating and capital spending - government transfers and grants - government financing and other support for culture: total spending per capita - share (%) of government spending on culture of total government spending <u>Indicators for country-specific profiles</u> - number of businesses/establishments - number of employed by position and task - production volume by origin and content - company-specific revenue and share by product - market share of the largest companies - average revenue per employee - share of domestic content in cultural production - share of domestic content of the sale of cultural goods - export and its share of the total sales of cultural goods - share of domestic and foreign content of the export of cultural goods - share of domestic and foreign content of the import of cultural goods - import of cultural goods and its share of total sales
<i>Powering up Finnish cultural exports, 2008, 28 pages (pdf)</i> <i>The Development of Creative Industries in Finland, 2009, 25 pages (pdf)</i> http://www.minedu.fi/OPM/Julkaisut/2007/esitys_kulttuuriviennin_kahittamisohjelmaksi.html?lang=en		- % GDP Share of the Cultural Industries - workforce - M€ value added in the © industries - % value added in the whole national economy - number of enterprises working in the art& culture - % of all businesses in Finland	

<i>Culture Satellite Account, 2009, 99 pages (pdf)</i> http://www.luovatatampere.fi/getfile.php?file=443	<u>Strategy for Cultural Policy 2020</u> - different strategies and action plans will be updated (including architecture) - statistics will be improved - cultural exports programme will be updated - creative economy and cultural entrepreneurship <u>Development Activities in Finland – Strategies</u> - the development of creative industries is part of the government programme by prime minister Matti Vanhanen's second cabinet - development strategy for entrepreneurship in the creative industries sector for 2015 (publication of Ministry of Trade and Industry 10/2007) - do finnish cultural exports have staying power? Yes! Proposal for Finland's cultural exports promotion programme (publication of Ministry of Education 2007:9) - Design 2005! government decision-in-principle on Finnish Design Policy Strategy for Cultural Policy 2020 (publication of Ministry of Education 2009:12, in Finnish) - other strategies and programmes by different ministries	- % share of culture in the value added of the whole economy - % share of culture in the value added, output and the employed of the whole economy - M€ value added of cultural industries at current price - % change of value added at current price in the whole economy and culture sector - % distribution of value added between various industries as a percentage of the overall value added of culture - % share of value added in certain industries and wholes of industries - M€ foreign trade of cultural goods and services - % culture's share in foreign trade in goods and services - M€ import and export of cultural services by industry - % share of culture in consumption expenditure - % share of culture in private and government consumption expenditure - M€ overall amount of selected private consumption items	
--	---	--	--

FRANCE

Gouvernement/ Organisation/ Sources	Définitions/ Objectifs	Indicateurs	
Département des études de la prospective et des statistiques (DEPS), rattaché à l'Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE) du ministère de la Culture et de la Communication <i>Aperçu statistique des industries culturelles, janvier 2006</i>	Archéologie	- nombre de sites archéologiques recensés - nombre d'opérations de fouilles terrestres réalisées - répartition régionale des opérations de fouilles terrestres réalisées	
	Archives	<u>Archives nationales</u> - fréquentation - personnel - fonds - fonds d'archives numérisés <u>Archives départementales</u> - fonds - fréquentation - personnel - répartition des lecteurs - fonds conservés - lecteurs - séances de travail - communications administratives et des salles de lectures - scolaires et services éducatifs <u>Archives communales</u> - services concernés	- fonds - entrées dans l'année - types et nombre de lecteurs - séances de travail - communications - scolaires reçus par les services éducatifs - visiteurs d'expositions <u>Archives régionales et intercommunales</u> - services concernés - fonds conservés - accroissement - lecteurs - séances de travail - communications - scolaires reçus par les services éducatifs - visiteurs d'expositions
L'observatoire de l'emploi culturel, <i>L'emploi culturel dans l'Union Européenne en 2002 – donnée de cadrage et indicateurs, 2002</i> Ministère de la Culture et des Communications, CC-2008-4 : <i>Statistiques d'entreprises des industries</i>	Arts lyriques, musique et danse	<u>Opéra national de Paris</u> - nombre de représentations et de spectateurs en fonction du type d'activités - spectacles programmés - budget - personnel permanent <u>Orchestres permanents subventionnés par le ministère</u> - nombre de musiciens - montant des produits - subventions - recettes - répartition des financements <u>Orchestres permanents membres de l'Association Française des Orchestres (AFO)</u> - répartition des concerts suivant le lieu - répartition des concerts suivant le répertoire - nombre de concerts et répartition suivant le lieu	<u>Centres chorégraphiques nationaux (CCN)</u> - nombre de spectacles - nombre de représentations - répartition des lieux de représentation - fréquentation - types d'emplois - subventions <u>Compagnies subventionnées par le ministère</u> - répartition régionale des compagnies subventionnées - montant des subventions - types d'aide aux compagnies <u>Cité de la musique</u> - fréquentation des spectacles (nombre de spectateurs et de représentations) - commandes musicales (nombre et montant) <u>Spectacles de variétés et de musique actuelle</u> - nombre de représentations - nombre d'entrées

culturelles, 2008 http://www.culture.gouv.fr/nav/index-stat.html http://www.draccentre.culture.gouv.fr/metiers_emploi/formation/Emploi/Etudes/noec39.pdf http://www2.culture.gouv.fr/culture/deps/2008/pdf/nstat16.pdf http://www.culture.gouv.fr/nav/index-stat.html		- recettes et cession - nombre de représentations par genre - nombre d'entrées par genre <u>Centre national de la chanson, de la variété et du jazz</u> - perception de la taxe - répartition du montant des aides - budget - aides attribuées <u>Fonds de création musicale</u> - nombre de demandes reçues - nombre d'aides accordées - montants des subventions	- répartition des subventions par genre musical, par fonction, par programme <u>Entreprises de fabrication d'instruments de musique</u> - nombre d'entreprises - effectif - chiffre d'affaires - part du chiffre d'affaires à l'exportation - effectif des principales entreprises du secteur d'entreprises <u>Publics des spectacles musicaux</u> - répartition selon l'âge, le sexe, le type de profession - répartition de la fréquentation des concerts selon leur type
	Arts plastiques	<u>Fonds national d'art contemporain</u> - acquisition par achat (nombre d'œuvres, d'artistes et montant du budget) - nombre et montant des œuvres acquises en fonction de leur catégorie <u>La commande publique</u> - montant <u>Fonds régionaux d'art contemporain</u> - montant des subventions de l'État et des régions - nombre d'œuvres acquises et des artistes concernés - répartition des budgets de fonctionnement, diffusion et acquisition <u>Centre d'art contemporain</u> - montant des subventions	- répartition du budget <u>Aides aux galeries</u> - nombre de demandes - nombre d'aides accordées - montant de l'aide accordée <u>Galeries d'arts</u> - nombre de galeries - chiffre d'affaires <u>Ventes volontaires aux enchères publiques</u> - montant des ventes <u>Artistes plasticiens</u> - répartition des artistes selon leur activité, leur âge, leur sexe et leur région
	Bibliothèques	<u>Bibliothèque nationale de France (BnF)</u> - nombre de notices bibliographiques publiées - fréquentation des expositions - origines géographiques des visiteurs - catégories socioprofessionnelles <u>Bibliothèques municipales</u> - nombre de supports - répartition des dépenses d'acquisition - emprunteurs et prêts - répartition des types de supports empruntés - nombre de bibliothèques - nombre de fonds imprimés - nombre de lecteurs inscrits emprunteurs - nombre d'imprimés prêtés - montant des dépenses d'acquisition - nombre d'agents - dépenses de personnel <u>Bibliothèques départementales de prêts</u> - répartition des communes à desservir	- moyens des BDP - nombre de BDP - communes desservies - taux moyens de communes desservies - taux moyens de la population desservie - nombre de support par type de support <u>Bibliothèques de l'enseignement supérieur</u> - nombre de bibliothèques - nombre de places de lecture - lecteurs inscrits - entrées à la bibliothèque - collection de livres - entrées de livres - périodiques en cours - abonnements électroniques de périodiques - dépenses documentaires - membres du personnel <u>Bibliothèques publiques d'informations</u> - entrées

	- répartition de la population à desservir - collection par catégorie - collection des imprimés par secteurs thématiques <u>Inscription dans une bibliothèque et fréquence de visite</u> En fonction de l'âge, du sexe, du niveau d'études et du type de commune de résidence	- public
Cinéma	<u>Activités cinématographiques et vidéo</u> - répartition selon l'effectif salarié - répartition par activité - répartition selon la tranche de chiffre d'affaires <u>Production de films de long métrage</u> - films produits et investissements dans la production - films coproduits avec les organismes de télévision - coût des films d'initiative française <u>Équipement cinématographique</u> - équipement par taille d'unités urbaines - lieux d'exploitation <u>Entrées et recettes des salles de cinéma</u> - fréquentation mensuelle	- entrées par nationalité des films - répartition de la recette <u>Le cinéma en région</u> <u>Compte de soutien de l'industrie cinématographique et des programmes audiovisuels</u> - dépenses du compte de soutien <u>Films sortis en première exclusivité</u> <u>Films de long métrage diffusés à la télévision</u> - origine des films diffusés à la télévision résultats des films <u>Le public du cinéma</u> En fonction de l'âge, du sexe et du type de commune de résidence
Commerce extérieur	<u>Exportations de biens culturels</u> <u>Importations de biens culturels</u> <u>Commerce extérieur du livre</u> - par type d'ouvrage <u>Échanges de droits littéraires</u> <u>Commerce extérieur des phono-vidéogrammes</u> - répartition des ventes de disques à l'étranger Par zone géographique <u>Commerce extérieur de la presse</u> <u>Ventes de la presse à l'étranger</u> - répartition des ventes en volume Par zone géographique	<u>Commerce extérieur des objets d'art</u> - par catégorie <u>Certificats d'exportation de biens culturels</u> - refus de certificats et situation de ces biens <u>Commerce extérieur des instruments de musique</u> - importations par catégorie <u>Recettes des films à l'exportation</u> - structure des recettes des films à l'exportation - répartition géographique des recettes des films français - diffusion au cinéma des films français dans le monde
Disques	<u>Dépôt légal des enregistrements sonores</u> - titres de phonogrammes déposés - notices publiées par la bibliographie nationale française - ventes de phonogrammes par les éditeurs <u>Ventes de phonogrammes par les éditeurs</u> - quantités - facturations - répartition par répertoire - répartition des ventes en quantité selon le format - sorties de disques - revenus numériques des éditeurs de disques <u>Entreprises d'édition et de reproduction d'enregistrements sonores de 20 salariés et plus</u>	<u>Ventes de CD audio et de DVD musical</u> - volume - valeur - par canaux de distribution - répartition des ventes de cd audio par distributeur - par genre musical <u>Offre des radios musicales</u> - répartition des diffusions par genre musical <u>Marché numérique de la musique</u> <u>Achats d'équipement audio par les ménages</u> <u>Écoute de disques</u>

Droits d'auteurs et droits voisins	<u>Droits d'auteur et droits voisins gérés collectivement</u> - rémunérations perçues par les sociétés de perception et de répartition du droit d'auteur et des droits voisins gérés collectivement - répartition des perceptions par type de droits	<u>Société des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique – droits musicaux</u> - origine des droits perçus par la sacem <u>Société des Auteurs et Compositeurs Dramatiques</u> - origine des droits perçus par la SACD
Éducation artistique Conservatoires à rayonnement régional : CRR Conservatoires à rayonnement départemental : CRD	<u>Enseignements de la musique, de la danse et de l'art dramatique dans les CRR et CRD</u> - répartition régionale <u>Enseignements de la musique, de la danse et de l'art dramatique dans les CRR et CRD</u> - évolution du nombre d'élèves - évolution du nombre d'élèves des CRR et CRD par discipline - répartition des élèves suivant la discipline, le statut de l'école et par sexe <u>Enseignements de la musique, de la danse et de l'art dramatique dans les CRR et CRD</u> - répartition des écoles et élèves suivant le nombre d'élèves <u>Enseignements de la musique et de la danse dans les CRR et CRD</u> - classes à horaires aménagés <u>Enseignements de la musique dans les CRR et CRD</u> - enseignements par discipline <u>Enseignements de la danse dans les CRR et CRD</u>	<u>Enseignants des CRR et CRD</u> <u>Budget de fonctionnement des CRR et CRD</u> <u>Éducation artistique et cinéma</u> - répartition des élèves dans les dispositifs nationaux d'éducation au cinéma - répartition des entrées au cinéma dans les dispositifs nationaux d'éducation au cinéma - répartition des élèves et des entrées dans les dispositifs nationaux d'éducation au cinéma - enseignement des arts plastiques - élèves des formations à temps partiel ou de courte durée dans les écoles d'art <u>Éducation artistique dans l'enseignement public</u> - ateliers artistiques - chorales - classes à projet artistique et culturel - baccalauréat techniques musique et danse
Enseignements supérieurs artistiques et culturels Ministère de la Culture et de la Communication : MCC	<u>Écoles supérieures de musique et de danse</u> - élèves <u>Centres de formation des enseignants de la musique et de la danse</u> - élèves <u>Centres de formation des musiciens intervenants</u> - élèves <u>Écoles d'enseignement supérieur des arts du spectacle</u> - élèves <u>Écoles d'enseignement supérieur du cinéma</u> <u>Enseignement supérieur des arts plastiques</u> - élèves des écoles d'art sous tutelle pédagogique du MCC - élèves des écoles d'art sous tutelle pédagogique du MCC par région <u>Enseignement supérieur des arts plastiques</u> - élèves des écoles nationales d'art - élèves par cycle des écoles nationales et territoriales d'art préparant aux diplômes nationaux - diplômes nationaux délivrés par les écoles nationales et territoriales d'art <u>Écoles supérieures d'architecture</u> - élèves et diplômes délivrés	<u>Écoles supérieures d'architecture</u> - élèves - élèves par cycle <u>Formation des architectes</u> - école de Chaillot <u>Élèves des écoles de formation aux métiers du patrimoine</u> - école du Louvre - Institut national du patrimoine (Inp) <u>Élèves des sections des techniciens supérieurs</u> - enseignement public <u>Élèves des sections des techniciens supérieurs</u> - enseignement privé <u>Diplôme supérieur d'arts appliqués (DSAA), diplôme des métiers d'art (DMA), brevet de technicien supérieur (BTS) : diplômes délivrés</u> <u>Diplômes d'enseignant de musique et de danse délivrés</u> <u>Concours d'enseignant du second degré</u> - concours externes et internes pour l'enseignement public

Équipements en région	Patrimoine, archives Musées, arts plastiques, bibliothèques Spectacle : théâtre, musique, danse	Cinéma et enseignements artistiques Indicateurs régionaux
Financement de la culture	<u>Budget du ministère de la Culture et de la Communication</u> <u>Budget du ministère de la Culture et de la Communication</u> - répartition des crédits par mission, programme et titre de dépense - répartition par type de dépense - répartition par programme - répartition des crédits par programme et action - subventions aux établissements publics - crédits du budget général et budgets annexes <u>Dépenses culturelles estimées des communes de plus de 10 000 habitants</u> - effort culturel - répartition des dépenses culturelles de fonctionnement des communes de plus de 10 000 habitants par nature de dépense <u>Dépenses culturelles estimées des établissements publics de coopération intercommunale (EPCI) à fiscalité propre</u> - effort culturel	- répartition des dépenses culturelles de fonctionnement des EPCI à fiscalité propre par nature <u>Dépenses culturelles des départements</u> - effort culturel - répartition des dépenses culturelles de fonctionnement des départements par nature de dépense <u>Dépenses culturelles des régions</u> - effort culturel - répartition des dépenses culturelles de fonctionnement des régions par nature de dépense <u>Budget culturel des familles</u> - dépense annuelle moyenne par ménage pour les principaux produits et services culturels <u>Consommation des ménages en biens et services culturels</u> <u>Indices des prix à la consommation</u> <u>Recettes publicitaires des grands médias</u>
Livre	<u>Production éditoriale</u> <u>Titres édités</u> - exemplaires produits - titres édités mensuellement <u>Titres et exemplaires édités par genre</u> <u>Traductions</u> - répartition des traductions par secteur <u>Indices d'évolution des titres, des exemplaires et du tirage moyen</u> <u>Chiffre d'affaires de l'édition</u>	<u>Chiffre d'affaires de l'édition par catégorie</u> <u>Quantités de livres vendus par les éditeurs</u> <u>Livres produits au format de poche</u> <u>Droits d'auteur versés par les éditeurs</u> <u>Répartition des maisons d'édition</u> <u>Centre national du livre (Cnl)</u> <u>Lieux d'achat du livre</u> <u>Lecture de livres</u>
Musées	<u>Musées de France</u> <u>Fréquentation des musées de France</u> - par tranche de fréquentation - par région <u>Fréquentation des principaux musées de France</u> <u>Fréquentation des galeries nationales du Grand Palais</u> <u>Fréquentation des musées nationaux par musée</u> <u>Expositions déclarées d'intérêt national</u> <u>Centre national d'art et de culture Georges Pompidou</u> - fréquentation <u>Cité des sciences et de l'industrie</u> - fréquentation	- entrées des principales expositions - origine géographique des visiteurs individuels <u>Crédits d'acquisition</u> - crédits d'acquisition des musées nationaux - crédits d'état pour les acquisitions des musées des collectivités territoriales - montants des dations par bénéficiaire <u>Public des musées et expositions</u> <u>Public du musée du Louvre</u>

Patrimoine et architecture	<u>Protection des monuments historiques</u> - arrêtés de protection des monuments historiques <u>Monuments historiques classés et inscrits par département</u> <u>Monuments historiques classés et inscrits</u> - répartition par type d'édifice - répartition par type de propriétaire - répartition par époque de construction <u>Protection des objets mobiliers</u> - classement des objets mobiliers - objets classés par région - répartition des objets classés par catégorie	<u>Espaces protégés</u> <u>Zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager</u> - entrées dans les monuments nationaux <u>Répartition des entrées dans les monuments nationaux Villes et Pays d'art et d'histoire</u> <u>Visiteurs des monuments historiques</u> <u>Architectes inscrits à l'ordre des architectes</u> - répartition sociodémographique <u>Activités d'architecture</u> - ventilation par activité
Presse	<u>Titres de la presse éditeur</u> - répartition des titres <u>Titres, tirage et chiffre d'affaires de la presse éditeur</u> <u>Nouveaux titres de la presse éditeur</u> <u>Entreprises de presse de 20 salariés et plus</u> <u>Diffusion totale des principaux titres de la presse d'information générale et politique</u> <u>Points de vente de presse</u> - points de vente de presse par région	<u>Lecture de la presse quotidienne</u> <u>Lecture d'un magazine ou d'une revue d'information générale</u> <u>Journalistes</u> - cartes attribuées par la commission de la carte d'identité <u>Des journalistes professionnels</u> <u>Aides directes à la presse</u>
Professions culturelles et emplois	<u>Population active ayant un emploi dans les professions culturelles</u> <u>Emplois du ministère de la Culture et de la Communication</u> <u>Effectifs de la filière culturelle des collectivités territoriales</u> <u>Effectifs de la filière culturelle des collectivités territoriales par région</u> <u>Concours de la filière culturelle de la Fonction Publique Territoriale</u>	<u>Marché du travail des intermittents</u> - répartition des jours de travail des intermittents par secteur d'activité <u>Intermittents du spectacle</u> - par catégorie professionnelle - par région
Technologies de l'information	<u>Accès aux technologies de l'information</u> - proportion de personnes ayant accès à : - un ordinateur - un micro-ordinateur et à une connexion à l'internet à domicile - la télévision par canaux <u>Nombre de canaux d'accès à la télévision</u> <u>Abonnements à l'internet</u> <u>Accès aux technologies de l'information</u> - accès au domicile par catégories socio-démographiques	<u>Usages des ordinateurs et connexion à l'internet</u> - proportion de personnes qui se connectent à l'internet selon le mode de connexion - fréquence d'utilisation <u>Proportion d'internautes</u> <u>Achats en ligne</u> - internautes ayant effectué des achats en ligne - principaux biens et services culturels achetés sur l'internet
Théâtres et spectacles Ministère de la Culture et de la Communication : MCC	<u>Théâtres nationaux</u> - activité - personnel permanent - subventions du MCC <u>Centres dramatiques nationaux (CDN) et régionaux (CDR)</u> - activité - répartition de l'activité au siège - répartition des représentations des tournées des CDN par lieu	<u>Centres dramatiques nationaux et régionaux</u> - subventions du MCC - répartition des subventions de fonctionnement <u>Scènes nationales</u> - activité - répartition des recettes du budget <u>Aides aux compagnies dramatiques indépendantes</u> - compagnies aidées par région

		<u>Théâtres privés</u> - activité des théâtres privés de Paris - budget de l'association pour le soutien du théâtre privé	<u>Aides du MCC à la création dramatique</u> - commandes théâtrales - aides au montage d'un texte, à la 1 ^{re} reprise, d'encouragement <u>Public du théâtre</u>
	Vidéo	<u>Dépôt légal des vidéogrammes (titres déposés)</u> <u>Ventes de vidéogrammes par les éditeurs</u> <u>Œuvres cinématographiques éditées en vidéo</u> - répartition par support <u>Consommation de vidéos</u> - offre de vidéos selon le lieu de vente - répartition des achats de vidéos selon le lieu de vente	- répartition du chiffre d'affaires des films selon la nationalité - achats selon le genre <u>Prix moyen des DVD</u> <u>Équipement des ménages en lecteurs de DVD</u> <u>Achats par les consommateurs de lecteurs de vidéo</u> <u>Pratiques vidéo</u>
<i>CE-2009-6 : Cartes et chèques culture : dispositifs et mise en œuvre</i>		<u>Niveau d'appropriation des dispositifs</u> - taux de pénétration - taux d'utilisation	
<i>CE-2009-5 : Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique Éléments de synthèse 1997-2008</i>		- taux d'utilisation d'internet à des fins personnelles selon l'âge - fréquence d'utilisation d'internet et pratiques culturelles à des fins personnelles - temps hebdomadaire consacré aux écrans selon le sexe, l'âge, le niveau de diplôme et le milieu social - durée moyenne d'écoute de la télévision selon l'âge - écoute de la radio selon l'âge - préférence pour la musique française ou anglo-saxonne selon l'âge - préférence pour les films français ou américains selon l'âge - lecture de la presse et de livres	- lecture de quotidien selon l'âge - nombre de livres lus selon le milieu social - nombre de livres lus selon le sexe - indicateur global de fréquentation des équipements culturels - fréquentation globale des équipements culturels - fréquentation des salles de cinéma selon l'âge - pratiques en amateur d'activités culturelles - pratiques en amateur, traditionnelles ou sur ordinateur
<i>CE-2009-2 : La gratuité dans les musées et monuments en France : quelques indicateurs de mobilisation des visiteurs.</i>		- fréquentation comparée par établissement - évolution des fréquentations - réponse des visiteurs à l'expérimentation de la gratuité - part du public mobilisé par la gratuité selon le musée ou le monument - localisation des musées et mobilisation - catégorie des musées et mobilisation - répartition des visiteurs par groupes sociaux - répartition des visiteurs par groupe social selon l'établissement visité - capital de familiarité avec des musées et des monuments - lien avec la culture des visiteurs en situation de visite gratuite - établissement et visiteurs selon la nature du lien avec la culture et selon le capital de familiarité muséale - mobilisation par la gratuité selon le milieu social en Ile-de-France - mobilisation par la gratuité selon le milieu social en France, hors	- mobilisation et nature du lien avec la culture - familiarité avec les musées et monuments et mobilisation chez les visiteurs informés - le public mobilisé par l'expérimentation de la gratuité : les indicateurs culturels d'une démocratisation - proximité géographique des visiteurs nationaux selon les établissements - le public national : du visiteur de proximité au touriste - mobilisation selon la proximité géographique des visiteurs - proximité géographique et mobilisation : visiteurs de proximité, semi-locaux, semi-touristes et touristes - primo-visiteurs et déjà visiteurs selon la localisation du site - primo-visiteurs et déjà visiteurs selon la proximité géographique - ancienneté de la visite, proximité géographique, groupe social et mobilisation

		Ile-de-France - groupe social, fréquence de la fréquentation et capital de familiarité muséale - visite en solitaire, visite en compagnie - visite en compagnie d'enfants de moins de 18 ans - visites sans jeunes enfants et mobilisation - visites en compagnie de jeunes enfants et mobilisation - connaissance des offres ordinaires de gratuité et usage de la gratuité : l'effet générationnel	- hypothèse de gratuité et motivations de la visite - hypothèse de gratuité et influence sur la fréquentation selon le groupe social - périodes et durées de gratuité selon le groupe social - rapport entre hypothèse de gratuité et motif de la fréquentation selon le groupe social - formation de la familiarité avec les musées et monuments en contexte de gratuité
<i>CE 2009-1 : La création dans l'industrie du jeu vidéo</i>		- répartition par pays des titres millionnaires publiés depuis 1989 - répartition des entreprises implantées en France par activités - évolution du nombre de créations et de disparitions de studios de développement - nombre d'offres d'emploi parues par région - les dix postes les plus recherchés par entreprise du jeu	
<i>CE 2008-6 : Cultures croisées. Références interculturelles des Allemands, des Italiens et des Français</i>		<u>Connaissance</u> : - de l'histoire de l'Allemagne avant 1900 - de l'histoire de la France avant 1900 - géographique des trois pays - des villes et des monuments remarquables - des œuvres et des créateurs - des grands noms du patrimoine historique et culturel allemand et de leur domaine d'activité - des grands noms du patrimoine historique et culturel italien et de leur domaine d'activité - des grands noms du patrimoine historique et culturel français et de leur domaine d'activité - lecture de la littérature - en littérature : œuvres et écrivains - en théâtre - en musique : œuvres et compositeurs - en arts plastiques : les œuvres et leurs créateurs - en cinéma : les films - des personnalités - des sportifs et de leur discipline sportive - indices de compétence des trois populations - indice de compétence des diplômés de l'enseignement supérieur des trois populations	- les références transnationales massives - les références transnationales sélectives - les références nationales allemandes - les références nationales italiennes - les références nationales françaises - niveau de langues des trois populations - voyages à l'étranger - proximité aux autres pays - les sorties culturelles au cours des douze derniers mois - les activités artistiques amateurs pratiquées au cours des douze derniers mois - le nombre de livres lus au cours des douze derniers mois - fréquence de lecture de la presse quotidienne, nationale et régionale - fréquence d'utilisation d'internet - estimation du poids de la population allemande - estimation du poids de la population française - estimation du poids de la population italienne - image économique de l'Allemagne - image économique de l'Italie - image économique de la France - les adjectifs prêtés aux Allemands - les adjectifs prêtés aux Italiens - les adjectifs prêtés aux Français - structure sociodémographique des trois populations
<i>CE 2008-5 : L'intercommunalité é culturelle : un état des lieux</i>		- répartition de l'intercommunalité selon le choix de l'option culturelle - l'accompagnement des autres régions : région, département, État - répartition du nombre d'EPCI	- répartition d'un budget culturel moyen par postes de dépenses dans les intercommunalités urbaines - répartition des équipements par domaine d'intervention dans les intercommunalités urbaines

<i>CE 2008-4 : Les enjeux du livre au format de poche</i>		- la part de l'édition en format de poche	
<i>CE 2008-3 : Image de soi/image du visiteur et pratiques des musées d'art</i>		- relation entre la moyenne des distances image de soi-image du visiteur de musée des beaux-arts et la fréquentation des musées d'art - visite de musées des beaux-arts et consultation de sites de musée des beaux-arts - relation entre la distance de soi-image du visiteur et visite de sites de musées des beaux-arts	- relation entre moyenne des distances image de soi-image du visiteur de musée des beaux-arts et importance de visiter des musées - relation entre moyenne des distances image de soi-image du visiteur de musée des beaux-arts et la filière suivie - relation entre moyenne des distances image de soi-image du visiteur de musée des beaux-arts et niveau d'études de la mère
<i>CE 2008-2 : Les formations à l'administration et à la gestion de la culture : bilan et perspectives</i>		- répartition des formations à la gestion et à l'administration de la culture par niveau - répartition des établissements formateurs - répartition selon le champ disciplinaire - répartition des formations par domaine d'application	
<i>CE 2007-4. I. Le livre</i>		- chiffres d'affaires et droits d'auteur - couverture et rentabilisation d'un à-valoir en littérature générale - contribution des droits d'auteur au financement de l'exploitation	
<i>CE 2007-5. II. Le cinéma</i>		- répartition des coûts de production de fictions cinématographiques - parts des droits d'auteurs et des droits des artistes-interprètes dans le budget du film - rémunération des artistes et des auteurs selon le type de gestion - répartition des assiettes de la rémunération pour la vidéo - minima garantis accordé par types d'auteur - part des rémunérations proportionnelles dans salle et en vidéo sur les minima garantis - proportion des exploitations en salle et en vidéo sur les minima garantis - nombre de minima garantis récupérés grâce aux exploitations en salle et en vidéo - poids de la télévision dans l'ensemble des rémunérations - répartition des rémunérations en fonction des types de chaîne	- rémunération des auteurs de la musique pour l'exploitation en salle - rémunération du type d'auteur selon le mode d'exploitation - rémunérations pour copie privée versées aux auteurs - approches des formes de rémunération des artistes-interprètes - part des rémunérations après amortissement en fonction des types d'auteurs - nombre de films faisant l'objet de mise en participation d'auteurs - montants des mises en participation d'auteurs - nombre de films faisant l'objet de mise en participation d'artistes interprètes - montants des mises en participation d'artistes interprètes
<i>CE 2007-6. III. La télévision</i>	Société des Auteurs et Compositeurs Dramatiques : SACD	- nombre moyen d'auteurs différents répertoriés par la SACD par catégorie d'œuvres - le cumul des fonctions - parts des contrats d'auteurs selon la durée de cession des droits - parts des rémunérations en amont et en aval par catégorie et par plage horaire - revenu moyen par auteur par catégorie - parts des reversements SACD par fenêtre d'exploitation - répartitions moyennes SACD par auteur pour la télédiffusion en France par format et par plage horaire	- répartitions moyennes par auteurs perçues de la SACD liées aux réseaux câblés et bouquets satellites - répartitions moyennes SACD par auteurs pour l'exportation par format et par plage horaire - répartitions moyennes SACD par auteurs au titre de l'exportation de fiction - répartitions moyennes SACD au titre de la copie privée - répartitions moyennes SACD par auteur pour la copie privée par format et par plage horaire

		- poids du salaire technicien par rapport aux droits d'auteur dans la rémunération des réalisateurs - comparaison des montants des droits d'auteur forfaitaires (prime + à-valoir minimum garanti) - scénaristes et réalisateurs - moyennes des rémunérations amont des réalisateurs et des scénaristes par plage horaire et par catégorie - estimation des répartitions moyennes texte/réalisation pour les téléfilms et les séries	- estimation de la somme des rémunérations moyennes amont et aval, téléfilms, toutes rediffusions - rémunérations proportionnelles après amortissement du coût de l'œuvre - rémunérations proportionnelles des réalisateurs et scénaristes - part des contrats d'auteurs signés en présence d'un agent par catégorie d'œuvre
<i>CE 2007-7. IV. La photographie</i>		- interventions des agences sur les différents marchés - répartition des types produits par type d'agences - répartition des agences de presse photographiques par tranche de chiffre d'affaires - compte de résultat et soldes intermédiaires des entreprises (produits) - évolution des différents marchés de la photographie - caractéristiques sociodémographiques des photographes	- revenus des auteurs affiliés à l'Association pour la Gestion de la Sécurité Sociale des Auteurs (AGESSA) - répartition des droits selon les principaux codes APE (activité principale exercée)
<i>CE 2007-3. Pratiques culturelles et usages d'internet</i>		- accès à internet et niveau global de pratiques culturelles - usage d'internet en fonction : - de la pratique en amateur d'activités artistiques - du nombre de livres lus - de la fréquentation d'équipements culturels - de la fréquentation des salles de cinéma - de l'écoute de vidéo ou DVD	- de l'écoute de musique enregistrée - de la durée d'écoute de la radio - de la durée d'écoute de la télévision - les déterminants de l'équipement et de l'usage d'internet - les usages des internautes - usages les plus fréquents associés à un ordinateur
<i>CE 2007-1 Regards sur les petits éditeurs</i>		- nombre de disparitions de maisons d'édition - modes de diffusion des maisons d'édition	
<i>CC-2008-4 : Statistiques d'entreprises des industries culturelles</i>		- population des entreprises par catégories d'activités économiques (entreprises d'édition, entreprises audiovisuelles et agences de presse) - répartition du nombre de salariés par catégories d'activités économiques (entreprises d'édition, entreprises audiovisuelles et agences de presse) - répartition du nombre d'entreprises (industries culturelle + publicité) - répartition du chiffre d'affaires par catégories d'activités économiques (entreprises d'édition, entreprises audiovisuelles et agences de presse) - structure comparée des industries culturelles et des services en 2006 : répartition du nombre d'entreprises selon le nombre de salariés - évolution du chiffre d'affaires, du nombre d'entreprises et de l'effectif salarié moyen - structure comparée des industries culturelles et des services en 2006 : répartition du chiffre d'affaires selon le nombre de salariés	- chiffres clés détaillés des industries culturelles (nombre d'entreprises, nombre de salariés, chiffre d'affaires) - répartition des entreprises de 20 salariés ou plus - part de la valeur ajoutée par activités - valeur ajoutée au prix du marché par personne occupée dans l'audiovisuel - contributions en termes de valeur ajoutée et d'emploi - taux de marge des activités de l'édition dans le champ des entreprises de 20 salariés ou plus - taux de marge des activités de l'audiovisuel et des agences de presse pour l'ensemble des entreprises - indicateurs économiques des industries culturelles (nombre d'entreprises, nombre de salariés, chiffre d'affaires, valeur ajoutée, excédent brut d'exploitation)

Aperçu statistique des industries culturelles http://www2.culture.gouv.fr/culture/deps/2008/pdf/nstat16.pdf	<u>Champ des industries culturelles</u> : « L'expression « industries culturelles » ou « industries culturelles et de communication » désigne un ensemble d'activités économiques dites aussi « industries de contenus » (<i>contents industries</i>) qui conjuguent des fonctions, plus ou moins industrielles, de conception, de création et production à des fonctions industrielles de fabrication à grande échelle et de commercialisation, en utilisant des supports physiques ou de communication. La notion de « contenu culturel » permettra alors de distinguer entre biens et services culturels « de base » et « connexes ». Les industries culturelles et de communication constituent un sous-ensemble des « industries créatives » (<i>creative industries</i>). [...] Les industries culturelles et de communication sont aussi un sous-	- chiffres clés détaillés des industries culturelles par secteurs avec le nombre d'entreprises, le nombre de salariés ainsi que leur chiffre d'affaires - structures sectorielles comparées de l'édition, l'audiovisuel et les services - nombre de sociétés et d'entreprises individuelles dans les activités audiovisuelles - évolution des emplois dans les activités audiovisuelles - répartition des emplois par catégorie socioprofessionnelle - concentration des emplois et du chiffre d'affaires dans la production de films pour le cinéma - chiffres clés des industries culturelles avec le nombre d'entreprises, le nombre de salariés et leur chiffre d'affaires - structures comparées des grands secteurs, selon la taille des entreprises (édition, audiovisuel, services) - répartition du nombre d'entreprises selon la taille - la concentration sectorielle en termes de chiffre d'affaires dans les activités audiovisuelles, les agences de presse et la publicité - répartition du chiffre d'affaires selon la taille de l'entreprise - répartition des emplois salariés selon la taille de l'entreprise - quelques caractéristiques des emplois selon le secteur (part de femmes, taux de temps partiel, taux d'emploi non salarié, nombre de personnes occupées) - évolution de la masse salariale dans l'audiovisuel et les agences de presse - répartition des emplois par catégorie socioprofessionnelle, selon le secteur - structures comparées des activités de services et de l'audiovisuel - nombre d'entreprises, chiffre d'affaires, emploi salarié dans l'audiovisuel et les services / Partage entre les petites entreprises et les plus grandes	- évolution du chiffre d'affaires dans les différents secteurs de l'audiovisuel - évolution du chiffre d'affaires dans quelques secteurs du cinéma et de la vidéo - nombre d'entreprises, chiffre d'affaires, emploi salarié dans les entreprises de 20 salariés et plus, selon la taille - Industries culturelles et publicité - évolution du chiffre d'affaires des industries culturelles pour les entreprises de 20 salariés et plus - évolution de l'emploi des industries culturelles pour les entreprises de 20 salariés et plus - répartition du nombre des entreprises de 20 salariés et plus, selon la taille / Industries culturelles et publicité, par activité détaillée - répartition du chiffre d'affaires des entreprises de 20 salariés et plus, selon la taille / Industries culturelles et publicité, par activité détaillée - répartition des emplois salariés des entreprises de 20 salariés et plus, selon la taille / Industries culturelles et publicité, par activité détaillée - évolution du chiffre d'affaires des différents secteurs de l'édition pour les entreprises de 20 salariés et plus - évolution du chiffre d'affaires des différents secteurs de l'audiovisuel pour les entreprises de 20 salariés et plus - évolution de l'emploi dans les différents secteurs de l'édition pour les entreprises de 20 salariés et plus - évolution de la masse salariale dans l'audiovisuel et les agences de presse pour les entreprises de 20 salariés et plus
--	---	--	---

	ensemble d'un champ dont le critère repose sur l'existence de droits de propriété littéraire et artistique. Plus restrictif, le champ des industries culturelles qui est ici analysé statistiquement recouvre de manière générique l'édition, les activités audiovisuelles et des activités directement associées. »		
--	---	--	--

HONG KONG

Gouvernement/ Organisation/ Sources	Définitions/Objets	Indicateurs	
Central Policy Unit The Government of the Hong Kong Special Administrative Region (HKSAR) University of HK Centre for Cultural Policy Research – The University of HK <i>A Study on Creativity Index</i>, 2003, 102 pages (pdf) http://www.hab.gov.hk/file_manager/en/documents/policy_responsibilities/arts_culture_recration_and_sport/HKCI-InteriReport-printed.pdf http://www.cpu.gov.hk/english/conference_20030924.htm http://www.cpu.gov.hk/english/csd_edc_2nd_meeting.htm	The Creativity Index (CI) builds on “5Cs” (88 indicators) - outcomes of creativity - structural / institutional capital - human capital - social capital - cultural capital Gross domestic product: GDP Based on the Creative Industries Production System (CIPS) that was adopted in the CPU study of 2003 to map Hong Kong's 11 creative industries, the notion of creative industries would not be confined to just industries involved in "content origination and creation", but also parts of the value chain involved in offering	Measuring Outcomes of Creativity <u>Economic contribution of creativity</u> 1. value added of creative industries as percentage of GDP 2. number of persons engaged in creative industries as percentage of total employment 3. share of cultural goods relative to total export trade in goods 4. share of cultural goods relative to total import trade in goods 5. % of business receipts from selling goods, services or information through electronic means (as an indicator measuring innovative activity of e-commerce) <u>Inventive activity of economic sector</u> 6. the ability of local enterprises to sell branded products in international market 7. the ability of local enterprises to acquire new technologies 8. total number of patent applications per capita 9. % of patent applications originated from local applicants relative to gross number of patent applications <u>Other outcomes of creative activity</u> 10. daily circulation of newspaper per capita 11. total number of book and periodical titles newly registered per capita 12. total number of music titles composed per capita 13. total number of lyrics written per capita 14. total number of films produced per capita 15. total number of film shows presented by government Measuring Structural/Institutional Capital <u>Independence of the legal system</u> 16. total number of performances (performing arts) by government cultural services per capita 17. gloss floor area of new buildings per capita Measuring Structural/Institutional Capital <u>Independence of the legal system</u> 18. enumerated data about independence of the legal system <u>Corruption perceptions</u> 19. % scoring in Corruption Perception Index <u>Freedom of expression</u> 20. % scoring on freedom of press	21. % scoring on freedom of speech <u>Infrastructural conditions of ICT</u> 22. % of establishments using personal computers 23. % of establishments with internet connection 24. % of establishments with web page / web site 25. % of households using personal computers 26. % of households with internet connection 27. mobile phone subscribers per population <u>Robustness of social and cultural infrastructure</u> 28. total number of Non-government Organizations (NGOs) per capita 29. registered public library users per capita 30. number of books in public libraries per capita 31. total number of seats in all government cultural services' performance venues per capita 32. number of declared monuments per city 33. number of museums per city <u>Availability of community facilities</u> 34. number of community halls and community centres per capita 35. total number of civic centres per capita <u>Financial infrastructure</u> 36. number of listed companies per capita 37. capitalisation of stock market (in local currency) per GDP 38. venture capital under the place's management (in local currency) per GDP <u>Robustness of entrepreneurship</u> 39. share of Small-and-Medium Enterprises (SMEs) to total number of establishments 40. % scoring in Labour Productivity Index (whole economy) Measuring Human Capital <u>R&D Expenditure & Educational Expenditure</u> 41. R&D expenditure (business sector) as percentage of GDP 42. R&D expenditure (higher education) as percentage of GDP

	production means or infrastructural support to the production process (i.e. "manufacturing input", as well as in the "reproduction and distribution" of original content for consumption, or activities directly enabling accessibility of product or services.) - advertising - architecture - art, antiques and crafts - design - digital entertainment - film and video - music - performing arts - publishing - software and computing - television and radio	43. R&D expenditure (public) as percentage of GDP 44. public expenditure in education as percentage of GDP <u>Population of knowledge workers</u> 45. share of population aged 15 and above with educational attainment at tertiary level (nondegree) 46. share of population aged 15 and above with educational attainment at tertiary level (degree and above) 47. number of R&D personnel as percentage of total working population <u>Transience/mobility of human capital</u> 48. total number of visitor arrivals per population 49. total number of resident departures per population 50. estimated number of emigrant per population 51. number of working visas per working population Measuring Social Capital <u>Development of social capital</u> 52. amount of approved charitable donations allowed under Salaries Tax (in local currency) as percentage of GDP 53. amount of approved charitable donations allowed under Profits Tax (in local currency) as percentage of GDP 54. expenditure on "social welfare" as percentage of total public expenditure <u>Network quality: norms & values from World Value Survey</u> 55. indicators on generalized trust 56. indicators on institutional trust 57. indicators on reciprocity 58. indicators on sense of efficacy (on control) 59. indicators on cooperation 60. indicators on attitude towards diversity 61. indicators on acceptance of diversity 62. indicators on attitude towards human rights 63. attitude towards rights and wrongs of foreign immigrants 64. attitude towards foreigners' life style 65. indicators on modern versus traditional values 66. indicators on self-expression versus survival <u>Network quality: social participation from World Value Survey</u> 67. interest in public affairs 68. participation in social organization 69. social contact with acquaintance	70. social contact with community 71. indicators on sense of efficacy (on what you did) 72. total number of volunteers per capita Measuring Cultural Capital <u>Cultural expenditure</u> 73. expenditure on "the arts & culture" as percentage of total public expenditure 74. household expenses on designated cultural goods & services as percentage of total household expenses <u>Network quality: norms & values</u> <u>Attitude towards arts, cultural and creative activities</u> 75. value placed on creative activity 76. value placed on school-aged children's creative activity 77. value placed on arts and cultural activities 78. value placed on school-aged children's art and cultural activities 79. community leader to be a strong advocate for advancing the arts and culture of the place <u>Environmental factors for cultural and creative activities</u> 80. evaluation on milieu that encourages creative activities 81. evaluation of milieu that encourages cultural participation 82. value placed on the morality to buy pirated or counterfeit goods <u>Network quality: cultural participation</u> 83. number of library books borrowed per year per population 84. royalty fees paid to copyright fees collecting agents (excluding revenue from overseas) (in local currency) per population 85. average hours per week spent on internet for personal use as percentage of 168 hours 86. number of visits to government cultural services' museums per population 87. number of attendance to performances by government cultural services per population 88. number of attendance to film and video shows presented by government cultural services per population
<i>Baseline Study on HK's Creative Industries, 2003, 230 pages (pdf)</i>		- HK\$ contribution to the local economy - % GDP - HK\$ value added of creative industries to local economy - % share of aggregate value	system - % year-on-year change in CI's value and HK's GDP - % growth of employment in the creative sector - employment market of individual segment of creative

Commission on Strategic Development _EDC. <i>Promoting the Development of Creative Industries</i>, 2006, 36 pages (pdf) <i>Study on the Relationship between Hong Kong's Cultural & Creative Industries and the Pearl River Delta</i>, part I & II, 2003, 142 & 195 pages (pdf)		- HK\$ & % relative share of creative industries production - growth of employment market in the creative sector by the Creative Industries Production System (CIPS) - number of creative workforce tabulated from the population census - total No. of occupations of creative / content production - % sex distribution of occupations of creative / content production - % occupations of creative / content productions by age - % educational attainment (highest level attended) of creative workforce - % employment status of creative workforce	industries - HK\$ & % monthly income distribution of creative workforce (media, entertainment and cultural workers) - HK\$ & % monthly income distribution of creative workforce (IT / computing / multi-media workers) - HK\$ & % monthly income distribution of creative workforce (other categories) <u>By sectors</u> - HK\$ industry revenues - HK\$ exports - HK\$ employment
Commission on Strategic Development Committee on Economic Development and Economic Cooperation with the Mainland. <i>Recent performance and development prospects of selected creative industries in Hong Kong</i>, 2006, 43 pages (pdf) http://124.108.108.39/cache.html?u=http://www.cpu.gov.hk/english/documents/csd/csd_edc_4_2006.pdf		- number of business establishments of which estimated % share by firm size (large (hiring ≥ 50 persons) / medium (hiring 10-49 persons) / small (hiring <10 persons)) - direct value added contribution (\$ million) of which: estimated % share by firm size - % of business establishments - having internet connection - having web pages/sites - undertaking significant changes in the aesthetic appearances or design of goods	- of which: % of business establishments viewing positively the impact of design services - incurring expenditure on design services in the selected sectors - HK\$ Software expenditure in the business sector - % ratio to GDP <u>Industry profile</u> - number of business establishments - HK\$ Gross output (representing business revenue) - HK\$ Direct value added contribution (% GDP) - number of employed persons - % business turnover - HK\$ exports
Create HK <i>Creative Industries</i>, 2009, 2 pages (pdf) http://www.createhk.gov.hk/en/consultation.htm		- number of creative industry-related establishments - number of practitioners engaged - HK\$ Gross Domestic Product (GDP) - % GDP	
Hong Kong Ideas Centre <i>Study on Creative Industries in Hong Kong Key Recommendations</i>, 2009, 30 pages (pdf) http://www.ideascentre.hk/wordpress/?language=en+hk		- economic contribution of the creative industries compared with four key industries – value-added as % of GDP: - financial services - tourism - trading & logistics professional services - other producer services - economic contribution of the creative industries compared with four key industries	- employment as % of total employment - MHK\$ & % value-added of Hong Kong's creative industries - number of persons engaged in Hong Kong's creative industries

INDE

Gouvernement/Organisation/Sources	Définitions/Objectifs	Indicateurs	
Indira Gandhi National Centre for the Arts (IGNCA) National Databank on Indian Art and Culture <i>Report on Cultural Mapping of India Under UNESCO's Programme on Cultural Industries and Copyright Policies and Partnerships</i> , New Delhi, 292 pages http://www.ignca.nic.in/UNESCO_Report.pdf http://www.ignca.nic.in/	- arts - crafts - dance - music - rituals - festivals	- cultural map of India (by sectors) - name of the tradition: - local - English equivalent - provenance region: - state - district/tehsil - ethnic group: - caste - tribe - others - participation: - individual / gender - community	- socio-cultural significance: - religious - magical - profane - festive - details of individual / group associated with the tradition - economic status (group / individuals) - preservation status - preservative measures
Indiastats (sur abonnement seulement) http://www.indiastat.com http://www.indiastat.com/media/21/stats.aspx	- cultural - media: - advertisements - films & cinemas - print - radio-FM - television	- funds allocated and expenditure incurred for promotion of art and culture by various cultural centres in India - expenditure incurred on pay, allowances, facilities and activities of cultural centres of India in foreign countries - cultural development - countries with which India has cultural agreements	

ISLANDE

Gouvernement/ Organisation/ Sources	Définitions/Objectifs	Indicateurs	
Trade Council of Iceland Statistics Iceland <i>Media & Culture</i> , 2003 http://www.icetrade.is/en/ http://www.statice.is/Pages/651 http://www.statice.is/Pages/1757/?src=../vorulysingar_en/v_transporter.asp?filename=V00911.htm		- turnover of cultural industries, telecommunication and computer services based on value-added tax returns 1990–1997 - turnover of cultural industries and related activities based on value-added tax returns 1998–2001 - turnover of cultural industries and related activities of as share of total turnover of all industries 1998–2001 (%) - turnover of telecommunication and computer services and related activities based on value-added tax returns 1998–2001 - gross domestic product by cultural industries, telecommunications and computer services 1990–1997 - number of man-years in cultural industries, telecommunication and computer services 1980–1997	- persons employed in cultural industries and related activities 1998–2001 - persons employed in telecommunications and computer services and related activities 1998–2001 - wages paid to employees in cultural industries, telecommunication and computer services according to pay-roll records 1987–1997 - profit from regular operation as percentage of revenues in mass media industries, telecommunication and computer services 1985–1997

JAPON

Gouvernement/Organisation/Sources	Définitions/Objectifs	Indicateurs	
NLI Research Institute (NLIRI) Social Development Research Group <i>Creative Industry Trends – The Creative-Industry Profiles of Japan's Ordinance-Designated Cities</i>, 2003, 8 pages (pdf) http://www.nli-research.co.jp/english/index.html	Creative Industries Mapping (based on 2007 Japan Standard Industrial Classification (JSIC)) - advertising - architectural design - crafts, art, antiques & traditional culture - design - film, video, and photography - music - performing arts - artists, academic & cultural organizations - publishing - computer software - television and radio	- number of establishments - % share of creative industries - number of employees - % share of creative industries	
<i>The Status of Creative Industries in Japan and Policy Recommendations for Their Promotion</i>, 2003, 9 pages (pdf) <i>The Evaluation of Cultural Institutions and Policies—Toward a Framework for Creative Evaluation</i>, 2005, 10 pages (pdf) http://www.nli-research.co.jp/english/socioeconomics/2009/li091015.html http://www.nli-research.co.jp/english/socioeconomics/2003/li031202.pdf	- advertising - architecture & engineering services - antique sales - lacquer ware - design - film & video - production, sales & rental of audio & video recordings - music & performing arts - publishing - computer software - television & radio - artists, academic & cultural organizations	- No. of establishments - No. of persons engaged - (Yen billion) revenues - (Yen billion) imports and exports of creative industries - international comparison of employment in creative industries	

NORDEN (REGROUPEMENT DES PAYS NORDIQUES)

Gouvernement/ Organisation/ Sources	Définitions/Objectifs	Indicateurs	
Norden (Nordic Council of Ministers) Nordic Innovation Centre <i>Creative Industries Education in the Nordic Countries</i>, 2007, 20 pages (pdf) <i>Creative Directions – a Nordic framework for supporting the creative industries</i>, 2006, 40 pages (pdf) <i>Creativity meets Capital</i>, 2006, 24 pages (pdf) <i>In Search of the Experience Economy</i>, 2006, 117 pages (pdf) NORDEN (2006). <i>Nordic Baltic innovation platform for Creative Industries</i>, 152 pages (pdf) NORDEN (2006). <i>Jenka - Nordic Creative Industries Network Dance or Die</i>, 81 pages (pdf) http://www.norden.org/en www.nordicinnovation.net http://www.nordicinnovation.net/projectfolder.cfm?id=1-829-328&list=519	The Nordic Innovation Centre is the Nordic Council of Ministers' single most important instrument for promoting an innovative and knowledge-intensive Nordic business sector. <u>Contributors</u> - Denmark - Finland - Iceland - Norway - Sweden <u>« Creative economy »</u> - Sweden: upplevelseindustrin (experience industry) - Denmark: kultur- og oplevelsesøkonomien (culture and experience economy) - Norge: kulturbasert næring eller kultur- og oplevelsesnæringer (culture based industries or culture & experience industries) - Finland: creative industries or creative economy - Iceland: creative industries - advertising - architecture - art and antiques market - crafts - design - designer fashion - film and video - interactive leisure software - music - performing arts - publishing - software and computer services - television and radio	- % GDP industries - employment - foreign trade (import/export) <u>Experience Economy (Sweden, Denmark, Norway)</u> - number of visitors - groups of visitors - gender - age distribution - nationality - source of information - time of decision - number of event visits - main means of transport - level of education - income level - % proportion based on visitors coming, i.e. the proportion of tourists - % proportion of tourists who stated that the event was a specific reason for the stay - length of visits for tourists in days and nights - number of days the event was visited / applies to multi-day events - the estimated value of tourists' consumption at the destination during a 24-hour period - how this consumption is distributed over a number of different categories?	

Northern Dimension Partnership in Public Health and Social Well-being (NDPHS) Northern Dimension ad hoc Expert Group <i>A brief study on creative economy in Northern Europe, 2009, 14 pages (pdf)</i> http://www.ndphs.org/		- % creative industries contribution to GDP - % creative industries contribution to national employment - M\$ creative goods and services (imports and exports) - \$ creative goods and services exports per capita - \$ creative goods and services import per capita	
--	--	--	--

NOUVELLE-ZÉLANDE

Gouvernement/ Organisation/ Sources	Définitions/Objectifs	Indicateurs	
New Zealand Institute of Economic Research <i>Creative industries in New Zealand – economic contribution, mars 2002</i> http://portal.unesco.org/culture/en/files/29663/11370797863NZ-Creative Industries New Zealand.pdf	<u>Industries créatives</u> - advertising - software & computer services (including interactive leisure software) - publishing - television & radio - film and video - architecture - design - designer fashion - music and performing arts - visual arts (arts, crafts, antiques)	- advertising – estimated economic contribution - advertising – supplementary data - software and computer services – estimated economic contribution - software and computer services – supplementary data - publishing – estimated economic contribution - television and radio – estimated economic contribution - motion picture, radio and television services – supplementary data - screen production – estimated economic contribution - architecture – estimated economic contribution - architecture and engineering services – supplementary data - design – Estimated economic contribution - music and performing arts – estimated economic contribution - visual arts and crafts– estimated economic contribution - creative industries – economic contribution - external trade in selected services-\$m – June year 1999 - household expenditure on cultural goods 1995/96 - design categories	
Cultural Well-Being <i>Draft schema for considering local authority cultural well-being indicators, April 2006</i> http://www.culturalwellbeing.govt.nz/		Identity <u>Greater Wellington</u> - % participation in art, sport, leisure, culture and/or community activity/events - support for local events and teams - maori language speakers - % who speak 2+ languages - employment in cultural sector - heritage sites listed <u>Palmerston North City Council</u> - number of listed clubs - satisfaction with range of leisure opportunities <u>Rangitikei District Council</u> - proportion of adults aged 18 and over and young people 5-17 who are physically active - number of heritage sites (applications and numbers) - % of people who perceived that the community works	together and that people support each other - proportion of survey respondents who perceived selected groups as being subject to a great deal or some discrimination <u>South Wairarapa District Council</u> - participation in sport and active leisure - library membership - arts, culture and heritage strategy outcomes - heritage sites - historic places <u>Wanganui District Council</u> - number of cultural events held in Wanganui - number of people participating in arts and cultural activities - number of people participating in sport - council assistance to heritage (\$) - change in number of heritage buildings/sites

		- loss/gain of significant protected heritage items (ie trees, sites, buildings etc) <u>Tararua District Council</u> - number of people participating in sporting activities - % of population employed in cultural occupations and industries <u>Taupo District Council</u> - number of people visiting Lake Taupo Museum and Art Gallery - number of ticketek sales to shows at the Great Lake Centre - % of TDC population [Maori and general] that can speak Maori <u>Taranaki</u> - % participation in sport, leisure, arts and culture and/or community activity/events - loss/gain of significant protected heritage items (ie trees, sites, buildings etc) - an increasing trend in participation levels in recreational and sporting facilities - an increasing trend in the numbers of visitors to galleries and museums that are supported by Council - an increasing trend in satisfaction with parks and reserves, including sports fields and playgrounds - an increasing trend in satisfaction with District Libraries - an increasing trend in the community's awareness of arts facilities in the District - council provides funding for cultural and arts events/activities/organizations - a reduction in the proportion of those sites destroyed that were registered with the NZHPT, or listed as heritage items in the District Plan - number of performing arts and cultural events; number of arts and cultural events - communities are culturally enriched, active and informed - "measure around 'value'" - proportion of people who speak their mother tongue - number of people employed in the cultural industry - number of oral recordings/items held in collections - number of heritage buildings and heritage sites listed on the NZ Historic Places Trust register and/or District Plan - proportion of sites listed in the District Plan that have been destroyed - number of sites restored through heritage funding: Council/NZHPT	<u>Working schema</u> - frequency of engagement in cultural activities (excluding sports and recreation/active leisure) - proportion of residents who participate (or engage) in organized or informal sport - how much do you agree or disagree that your city/town/district has a rich and diverse arts scene? - proportion of council operating spend on cultural activities and events (including ethnic sports/recreation events) - Maori language speakers as a proportion of Maori - proportion of people who can speak the first language of their ethnic group (excluding English) as a proportion of their ethnic group - proportion of residents who watch local or regional television or listen to local/community or iwi radio stations - proportion of local or regional television and local/community or iwi radio station content that is local - the number of people employed in cultural occupations as a proportion of all employed - median income received from cultural occupations (excluding sport and recreation) compared with median incomes of all employed - number of heritage buildings demolished or removed from heritage records <u>Thames-Coromandel District Council</u> - number of performing arts and cultural events; number of arts and cultural events - level of participation of adults and young persons in organized sports - proportion of people who speak their mother tongue - number of people employed in the cultural industry - number of oral recordings/items held in collections - number of heritage buildings and heritage sites listed on the NZ Historic Places Trust register and/or District Plan - proportion of sites listed in the District Plan that have been destroyed - number of sites restored through heritage funding: Council/NZHPT <u>MARCO</u> (MARCO councils : Matamata-Piako DC; Taupo DC; Hamilton CC; Environment Waikato; Waipa DC; Thames-Coromandel DC; Rotorua DC) - participation in sport and active leisure - participation in cultural and arts activities
--	--	---	--

		- number of sports, arts, recreation clubs etc - participation in cultural experiences - activity level of adults and young people (performing arts and organized sport) - household spending on cultural activities - experience of barriers to leisure activity - experience of cultural activities - residents' satisfaction with cultural facilities provided - median cost of events as a ratio to median income - geographic distribution of cultural events - proportion of Maori speakers in the Maori population - % of Maori speakers in total population - proportion of population that speak the first language of their ethnic group - insurance value of NZ collections (museums, marae taonga etc) - main occupations of people in the creative arts industry - number of people employed in the cultural sector - number of visitors to significant heritage sites - number of buildings and places listed on NZ Historic Places Trust register - proportion of NZHPT-listed sites (or sites listed as having heritage value in district plans) destroyed - number of marae that have been restored through heritage funding - number of events celebrating cultures/days of cultural significance - degree of representation by minority groups on governance and decision-making bodies <u>Hamilton</u> - number of people using parks and gardens; Hamilton gardens; Neighbourhood parks; City Walkways; Waikato Events centre; Hamilton Zoo; Waterworld; Waikato Stadium; sports areas; children's playgrounds; Westpac Park; Gallagher Aquatic Centre - number of items issued at Hamilton City Libraries - % of Hamilton residents who use: Hamilton Central Library; Branch libraries; Waikato Museum of Art and History; Arts Post; Founders Theatre; Westpac Trust Theatre; Meteor Theatre - sites of Archaeological, Historic and Cultural Significance (Outstanding, Significant, Noteworthy - Tangata Whenua and European Significance] - level of support provided by the Council for the	- buildings and structures of heritage value [from A+ outstanding heritage value to D heritage value] <u>Waikato District Council</u> - an increasing trend in participation levels in recreational and sporting facilities - an increasing trend in the numbers of visitors to galleries and museums that are supported by Council - an increasing trend in satisfaction with parks and reserves, including sports fields and playgrounds - an increasing trend in satisfaction with District Libraries - an increasing trend in the community's awareness of arts facilities in the District - Council provides funding for cultural and arts events/activities/organizations - a reduction in the proportion of those sites destroyed that were registered with the NZHPT, or listed as heritage items in the District Plan <u>South Taranaki District Council</u> - % of those surveyed that are satisfied with access to, the condition of, and suitability of community facilities - biennial NRB survey records an increase in perceived number of historic buildings and sites being retained <u>Hurunui District Council</u> - participation in leisure, arts and cultural activities - number of heritage sites and buildings <u>Waimakariri District Council</u> <u>Change(s) in the:</u> - number of homes with access to the Internet - membership of the Waimakariri District Library Service - number of community groups based in the Waimakariri District offering opportunities for people to participate in arts and cultural activities - number of arts and cultural community events held annually in the District, including events to celebrate the different cultures of people living in the Waimakariri District - number of community-based groups offering opportunities for people to participate in community and recreation activities, eg. Churches, service clubs, service provider / support groups, hobby and craft groups, sports clubs - level of use by children and young people of the Waimakariri District Library Service, and the Council-operated swimming pools <u>Queenstown-Lakes District Council</u>
--	--	--	---

		maintenance of heritage resources - number and type of community and recreation facilities available in the District, relative to the number of people living in the District, expressed as ratios - number and area of open spaces available to the public, including public parks, cycle ways and walkways, and esplanade reserves and strips - level of opportunities to participate in arts and cultural activities in the District - level of satisfaction with the public places and spaces, opportunities to enjoy the outdoors, and the community and recreation facilities in the District - level of satisfaction that the particular recreational needs of children and young people living in the District are being met - number of heritage sites in the District Plan's heritage appendix <u>Canterbury</u> - physical activity (push play definition) - perceptions of work-life balance - Q: "Thinking about your city / town as a place to live. How much do you agree or disagree that it has a culturally rich and diverse arts scene?" - number and usage of recreation facilities - % of people living within 400m of public open space - % of people who can speak the first language of their ethnic group (excluding English) as a proportion of their ethnic group - % of Maori speakers - number of people employed in arts and culture industry and earnings - heritage sites (applications and numbers) - number of heritage buildings demolished or removed from heritage records <u>Carterton District Council</u> - levels of physical activity - use of facilities (swimming pools, halls, community centers, sports grounds etc.) - usage of cultural facilities (libraries, museums etc) - number of publicly advertised events in the District - number of listed and protected heritage and historical sites - number of heritage buildings demolished or removed from heritage records - residents rating of agreement that they understand how	- number of visits to District Museum - number of celebrations of heritage values (council and community based) - number of initiatives (eg. brochures, restoration projects, grants, heritage trails) established by Council - area, type, location and dollar value of streetscape improvements undertaken in CBDs - number, type and usage of community facilities (halls, sports grounds, swimming pools etc)/per capita (fulltime residents, peak population including tourists) - number of cultural facilities available to the public - % of population fluent in Te Reo - number of Kohanga Reo - number and value of film/media industry productions - number of consents applied for/granted to modify or destroy features in town centre or residential areas Diversity including spirituality <u>Working schema</u> - engagement in ethnic cultural activities - "New Zealand is becoming home for an increasing number of people with different lifestyles and cultures from different countries. Do you think this makes your city or town much better/better/no difference etc" - grants to minority ethnic cultural groups - proportion of council leisure and recreation operating spend on ethnic sport and leisure (eg. waka ama, kiikiti) - proportion of residents that regularly attend a place of worship <u>Thames-Coromandel DC</u> - representative representation on decision-making bodies: central/local/regional government; DHBs; schools <u>MARCO</u> - % of residents perceiving that cultural diversity makes their city/region/town a better place to live - residents perceptions of effect of increased diversity upon the community - levels of perception towards diversity - perceived discrimination - annual number of complaints to the Human Rights Commission - membership rates in community organizations / clubs / associations categorized as 'arts' (eg. choirs, kapa haka etc) - Maori population aged 15 and over that feels Maori
--	--	--	---

	their council makes its decisions - residents rating of agreement that council decisions are made in the best interests of the community - % of voter turnout at local and general elections <u>Hamilton</u> - resident's perception of effect of increased diversity upon Hamilton - number of complaints made to the Human Rights Commission <u>Waikato DC</u> - an increasing trend in perception of the District's progress towards the achievement of ACTIVE WAIKATO - an increasing trend in perception of the District's progress towards the achievement of VIBRANT WAIKATO <u>RDC</u> - estimated attendance at key major events <u>Percentage of population aged:</u> - 15 and over who have actively participated in sports, arts, recreational or cultural groups or activities during the past six month period - 15 and over that: have visited or stayed at a marae; participated in or watched a Maori cultural performance (eg. kapa haka); watched or listened to Maori media - 15 and over that can name at least three Te Arawa hapu - 12 and over who engaged in vigorous or moderate activity for at least 30 minutes average per day during the last 7 days - 15 and over who take part in physical activity at least 2-4 times per week - 15 and over who agree or strongly agree that 'there is always something to do in Rotorua' - that could have a conversation about a lot of everyday things using Maori language - 15 and over that can speak Maori 'well' or 'very well' - 15 and over who feel it is 'very important' or 'quite important' for people to be able to speak the Maori language - 15 and over who feel it is 'important' or 'very important' for the Rotorua community to value its living Maori culture, and reasons - 15 and over who feel the Rotorua community values its living Maori culture 'a lot' <u>QLDC</u> - number of protected heritage and cultural sites (by type	people are disadvantaged in the Rotorua community in terms of opportunities compared to non-Maori - 15 and over that feels the relationship between Maori and non-Maori in the Rotorua community has improved over the past 12 month period <u>Taranaki</u> - community survey - % of people who report perceived discrimination or exclusion - % of people reporting that Taranaki is an inclusive, caring and tolerant community - % of Maori who report examples of positive relationships within the Taranaki community <u>South Taranaki DC</u> - biennial NRB survey records an increase in the number of people who consider the district a place where cultural values are respected, difference is acknowledged and diversity celebrated <u>Wanganui DC</u> - % that consider racial harmony is an issue in Wanganui <u>Greater Wellington</u> - representation in council decision-making - % of people reporting that ethnic diversity is celebrated - % of people reporting perceived discrimination/inclusion - % voter turnout <u>Hurunui DC</u> - number of people involved in Council meetings, committees and submissions to Council - voter turnout at local government elections - perceptions of sense of freedom from crime (safe or unsafe) locations - people's perception of the quality and quantity of amenities in townships <u>Canterbury</u> - representation on council, DHB, school boards - number and ethnicity of citizens gaining citizenship - ethnicity and country of origin of residents - "New Zealand is becoming home for an increasing number of people with different lifestyles and cultures from different countries. Do you think this makes your city or town much better/better/no difference etc" <u>Hamilton</u> - voter turnout at central government elections; voter
--	---	---

		and protection level) - ethnicity - religious affiliation Sense of place/community cohesion/safety <u>Working schema</u> - 'Do you feel a sense of community with others in your neighborhood?' <u>Thames-Coromandel DC</u> - % of residents and ratepayers satisfied with the sufficiency of information supplied by Council - % of total ratepayers that are usual residents - number of dwellings in landscape zones/policy areas - % of dwellings in urban areas with access to neighborhood and/or community open space (500m radius) - number of incidences of vandalism and graffiti - residents rating of sense of pride in the way their town looks and feels - % of residents and ratepayers satisfied with streetscape and town centre - % of residents and ratepayers satisfied with parks and reserves - % of ratepayers satisfied with DoC reserves <u>MARCO</u> - emotional well-being (happiness) - perceptions of safety - residents' sense of community within their local neighborhood - residents' perception of group or network that matters most to them - residents' confidence in council decision-making - resident perceptions of opportunities provided by councils for community involvement in decision-making - resident perceptions of opportunities provided for public's influence on council decision-making - resident perceptions of opportunities provided for public's influence on central government decision-making - residents rating of sense of pride in the way their region/city/town looks and feels - satisfaction with work-life balance - residents perception that the community works together and that people support each other - residents who have a sense of pride in the towns and public amenities of the district	turnout at Hamilton City Council elections; number of candidates standing in local authority elections; community satisfaction with HCC's provision of opportunities for involvement in decision-making - residents sense of community within local neighborhoods - area and type of green space (hectares) in Hamilton <u>Waikato DC</u> - council provides funding for cultural and arts events/activities/organizations <u>RDC</u> <u>Percentage of population aged 15 and over:</u> - that are 'very satisfied' or 'fairly satisfied' with Council services and facilities - visitors who rate services and facilities as 'very good' or 'excellent' - who 'agree' or 'strongly agree' that they feel a sense of pride in the way Rotorua District looks and feels, and reasons - who rate community spirit in the Rotorua District as 'good' or 'very good' - who 'agree' or 'strongly agree' that a sense of community exists in their neighborhood; and that this is important - who 'agree' or 'strongly agree' that people in their neighborhoods work together and support each other - who feel the District is 'definitely' or 'mostly' a safe place to live. - who feel 'safe' or 'very safe' in their home, neighborhood and city centre during the day and after dark - who felt 'happy' all or most of the time during the last four weeks - who felt 'calm and peaceful' all or most of the time during the last four weeks <u>Taupo DC</u> - rating of the 'community spirit' - defined as a sense of belonging and a good atmosphere among the people - in the Taupo District - sense of safety amongst residents and ratepayers <u>Taraura DC</u> <u>Percentage of:</u> - all enrolled electors (both resident and ratepayer) who cast a vote in the triennial local body elections - residents who say they feel safe living in the district - land cover and use <u>Palmerston North DC</u>
--	--	--	--

		- residents satisfied with cemeteries, community buildings, parks and reserves, public conveniences, public swimming pools, footpaths, and roads activities - residents satisfied with the way the Tararua District Council involves the public in the decisions it makes <u>Taranaki DC</u> - % voter turnout - % of population participating in the voluntary sector - % satisfaction with work/life balance - % of people who think Taranaki is a vibrant place to live/visit - perceptions of safety - % of people who agree that local distinctiveness and pride in the region exist, are valued and are thriving - emotional health <u>South Taranaki DC</u> - biennial volunteer survey shows an increasing number of groups have the capacity to undertake their activities effectively - projects/value of projects completed without Council funding - % of those surveyed who agree that the district has a strong positive community spirit - % of people who agree that local distinctiveness and pride in the region exists, are valued and are thriving <u>Wanganui DC</u> - % of level of voter turnout at local elections - number of submissions/votes to Annual Plan, LTCCP, referenda - % used/satisfied with Council facilities - positive and negative youth perceptions, suggested improvements - rating as a place to live - % of residents who feel safe - expected degree of consultation; issues identified in need of consultation; dissatisfaction with Council performance and consultation <u>Rangitikei DC</u> - expected degree of consultation; issues identified in need of consultation; dissatisfaction with Council performance and consultation - perceptions of safety - level of assessments of how easy it is to get to know people in the District <u>Canterbury</u>	- reserves per 1,000 people - satisfaction with look and feel [of Palmerston North] - perceptions of safety - satisfaction with community spirit <u>SWDC</u> - voting at local body elections - area of reserves/1000 people <u>Greater Wellington</u> - sense of community - % satisfied with work-life balance - perceptions of Safety - % of people who think Wellington region is a great place to live/visit - look and feel of a place - % of people who agree that local distinctiveness and pride in the region are valued and able to thrive - satisfaction with the quality of the built/natural environment - % satisfied with access to community facilities - access to natural environment for recreation <u>Hurunui DC</u> - degree people feel a sense of community with others in the local neighborhood - perception of how people feel about their own quality of life - level of confidence in Council's decision-making in the past year - degree of understanding of Council's decision-making - perception of attractiveness of townships and villages - perception of use of subdivisions, coastal environment, Hanmer Basin and Hurunui lakes <u>Waimakariri DC</u> <u>Changes in the:</u> - number and size of holdings in the District's rural zone. - number of public organizations that initiate consultation in the Waimakariri District concerning matters affecting the District - level of responsiveness of public organizations to the views expressed by the community when consulted - level of satisfaction with the centers of the District's main towns - resident's rating of sense of pride in the way their town (centre) and residential area looks and feels - public complaints about town centre/residential amenity
--	--	--	--

		- voter turnout (local government and General elections) - confidence in council decisions - rating of understanding of Council decision-making - perceptions of safety - perceptions of access to key local services <u>CDC</u> - participation rates in decision-making processes (such as government and local body elections) <u>QLDC</u> - community satisfaction with trails and recreation reserves - community satisfaction with a) number and b) condition of recreation and sports grounds	(eg. litter, noise, odor, signage, commercial uses and visitor accommodation use in residential areas) - land use classification by land use type (changes mapped over time) in the rural zones - mapped residential building platforms (as an indicator of cumulative effect) - total hectares of "green space" (Council/DoC owned/leased public open spaces/reserves) - community satisfaction with the level of protection given to urban amenity by the District Plan
Ministry for culture and heritage Statistics New Zealand <i>Cultural indicators for New Zealand, juillet 2006</i> http://search.stats.govt.nz/search?w=cultural%20indicators	*Creative occupations - broadcasting and theatrical production manager* - architect* - resource management planner - landscape architect* - early childhood teacher - Kōhanga Reo teacher - archivist - art gallery and/or museum curator* - librarian - minister of religion - photographer* - camera operator* - sound recording equipment controller* - broadcasting transmitting and studio equipment operator* - cinema projectionist - author and critic* - reporter * - editor* - sub-editor* - copywriter* - sculptor, painter and related artist * - graphic designer* - fashion designer* - display and window dresser* - industrial designer* - interior designer*	<u>Engagement</u> - cultural employment - employment in creative occupations - median incomes from creative occupations - how often people experience cultural activities, on average - barriers to cultural experiences - household spending on cultural items - unpopulated engagement indicators - heritage protection - access to arts, culture and heritage activities and events - audience numbers - enjoyment of arts, culture and heritage events and activities <u>Cultural identity</u> - speakers of te reo Māori - local content on television - Māori TV ratings - unpopulated cultural identity indicators - perceptions of the role of arts, culture and heritage - number of New Zealand events <u>Diversity</u> - grants to minority ethnic cultural groups - attendance/participation at/in ethnic cultural activities - unpopulated diversity indicators - minority culture activities <u>Social cohesion</u> - non-Māori attendance at Māori cultural events - other ethnicities attendance - community cultural experiences <u>Economic development</u> - income of the cultural industries	

	- paste up artist* - composer, arranger and/or conductor* - instrumentalist* - singer* - singing and music teacher - dancer* - dancing teacher and/or choreographer - actor* - artistic director* - radio and television presenter - clown, magician, acrobat and related worker* - non-ordained religious assistant - library assistant - proof reader - sign writer - musical instrument maker, repairer and tuner* <u>Industries culturelles:</u> - newspaper printing or publishing - other periodical publishing - book and other publishing - book and magazine wholesaling - recorded music retailing - newspaper, book and stationery retailing - architectural services - advertising services - commercial art and display services - preschool education - film and video production - film and video distribution - motion picture exhibition - radio services - television services - libraries - museums - music and theatre productions	- value-added contributed by the creative industries - the creative industries' proportion of total industry value-added	
--	---	---	--

	- creative arts - sound recording studios - performing arts venues - services to the arts nec - video hire outlets - photographic studios - religious organisations - interest groups nec		
Ministry for culture and heritage <i>Cultural indicators for New Zealand, juin 2009</i> http://www.mch.govt.nz/publications/cultural-indicators/CulturalIndicatorsReport.pdf		<u>Engagement</u> - cultural employment - employment in creative occupations - median incomes from creative occupations - cultural experiences - barriers to cultural experiences - household spending on cultural items - heritage protection - access to arts, culture and heritage activities and events - unpopulated engagement indicators - audience numbers - enjoyment of arts, culture and heritage events and activities <u>Cultural Identity</u> - speakers of te reo Māori - local content on television - Māori TV ratings - the importance of culture to national identity - New Zealand events	<u>Diversity</u> - cultural grants to minority ethnic groups - attendance at and participation in ethnic cultural activities - minority culture activities <u>Social Cohesion</u> - unpopulated social cohesion indicators - non-Māori attendance at Māori cultural events - other-ethnicities attendance - community cultural experiences <u>Economic Development</u> - income of the cultural industries - value-added contributed by the creative industries - the creative industries' proportion of total industry value-added

ROYAUME-UNI

Gouvernement/ Organisation/ Sources	Définitions/Objectifs	Indicateurs	
Department for Culture, Media and Sport http://www.culture.gov.uk	<u>Creative industries</u> - advertising - architecture - art and antiques - computer games - crafts - design - designer fashion - film and video - music - performing arts - publishing - software - TV and radio		
<i>Creative Industries Economic Estimates - February 2010</i> http://www.culture.gov.uk/reference_library/publications/6622.aspx		- contribution to the economy / Gross Value Added (GVA) - exports of services - employment - numbers of businesses	
Alex Wilkinson. <i>An Assessment of Productivity Indicators for the Creative Industries</i> , août 2007 http://www.culture.gov.uk/images/publications/Productivity_DriversinCreativeIndustries2007.pdf .		<u>Investment</u> - volatility of GVA growth - level of business investment <u>Innovation</u> - innovation active proportion of firms - proportion of firms using different forms of wider innovation - share of turnover attributed to new or improved products - proportion of firms reporting different protection methods as important - proportion of firms reporting cooperation by type of partner <u>Workforce skills</u> - qualification level of employees - proportion of firms reporting skills shortage problems	- proportion of firms with different forms of formal planning <u>Enterprise</u> - new value-added tax (VAT) registrations as a percentage of stock of firms - self-employed as a percentage of total employment - proportion of firms experiencing finance issues as a barrier to innovation <u>Competition</u> - prevalence of exports - prevalence of imports - firms' largest markets - proportion of firms experiencing regulatory issues as a barrier to innovation
Graeme Evans et Phyllida Shaw.		<u>The contribution of culture to environmental</u>	- more corporate involvement in the local

<i>The contribution of culture to regeneration in the UK : a review of evidence</i>, janvier 2004, Londres http://openlibrary.org		<u>(physical) regeneration is evidenced in</u> - re-use of redundant buildings - environmental improvements - increased public use of space leading to reduction in vandalism and an increased sense of safety - pride in a place - development of live/work and mixed-use space (sustainable development/liveability, 'compact city' / high density, low environmental impacts, e.g. transport/traffic) - the employment of artists on design teams - the incorporation of cultural considerations into future plans <u>The contribution of culture to economic regeneration is evidenced in</u> - inward investment (public-private sector leverage) - higher resident and visitor spend - job creation (direct, indirect, induced)/wealth creation - employer location/retention - retention of graduates in the area (inc. artists/creatives) - a more diverse work force (skills, profile) - a driver in the development of new business, retail and leisure areas - more public-private-voluntary sector partnerships	cultural sector (leading to support in cash and in kind) - increased property prices (residential and business) <u>The contribution of culture to social regeneration may be evidenced by</u> - a change in residents' perceptions of the place where they live - greater individual confidence and aspiration - a clearer expression of individual and shared ideas and needs - an increase in volunteering - increased organizational capacity at local level - increased social capital – 'the norms and networks that enable collective action' (World Bank) - a change in the image or reputation of a place or group of people - stronger public-private-voluntary sector partnerships - reduced school truancy/offending behavior - higher educational attainment - new approaches to evaluation, consultation and representation
The Work Fondation <i>Staying ahead: the economic performance of the UK's creative industries</i>, juin 2007 http://www.culture.gov.uk/reference_library/publications/3672.aspx/		- GVA of the creative industries sectors - GVA in various sectors as a percentage of whole economy GVA - number of creative occupations - contributions to year-on-year growth in creative industries GVA - FTSE All-Share media index - contribution to year-on-year growth in creative industries exports - trade balance for creative industries and whole economy	- growth in employment: whole economy and the creative industries - index of labour productivity - OECD estimates of the contribution of 'cultural industries' to GDP - industrial structure by creative industry sector - pro-cyclicality of creative industries investment - pro-cyclicality of household consumption of creative industries output - labour and profit shares of income

SINGAPOUR

Gouvernement/ Organisation/ Sources	Définitions/ Objectifs	Indicateurs	
Ministry of Trade & Industry (MTI) <i>Creative Industries Development Strategy: The Rise of Creative Cluster</i> , 8 pages (pdf) http://app.mti.gov.sg/default.asp?id=1		<u>Copyright Industries</u> - cross-country of the economic value of total copyright industries - % GDP - % average annual growth rate (AAG) - \$ value added - \$ export - % national employment - % composition of total copyright industries (core, distribution & partial)	<u>Economic Performance of Singapore's Arts</u> - number of performing arts activities - ticketed attendance - number of visitors (national museums, libraries) - \$ value added of the arts & cultural activities (% GDP) - expenditures on arts & cultural activities - per capita government funding for the arts: - incl. capital expenditure - excl. capital expenditure
Economics Division Ministry of Trade and Industry <i>Economic Contributions of Singapore's Creative Industries</i> , 2003, 25 pages (pdf) Harry Hillman Chartrand. <i>An Economic Impact Assessment of the Fine Arts</i> , 1983 http://app.mica.gov.sg/Data/0/PDF/6_MTI_CreativeIndustries.pdf http://www.compilerpress.ca/Cultural%20Economics/Works/Econ%20Impact%20Ass%201984.htm	- IT and software services - advertising - broadcasting media - publishing industries - interior, graphics and fashion design - architectural services - art/antiques trade - crafts - performing arts - cinema services - photography - industrial design	<u>Primary Economic Impact</u> - M\$ receipts - M\$ value added (% GDP) - number employment - \$ value added/worker - M\$ exports - % compounded annual growth rates <u>Secondary Economic Impact</u> - output multipliers / value added multipliers - overall productivity <u>Tertiary Economic Impact</u> - creativity utilisation by major industries (% total inputs) - creative capabilities: - creative manpower (social diversity, size of creative workforce, innovative capability) - markets (copyrights industries exports, GDP per capita, value added of knowledge intensive industries) - infrastructure (institutional framework, size of copyright industries, public expenditures on media, arts & culture)	
Ministry of Information, Communications and	Report of the Economic Review Committee (ERC)	- direct GDP contribution, exports and job creation - differentiating products and services across all economic sectors	

The Arts (MICA) http://www.mica.gov.sg/ http://app.mica.gov.sg/Default.aspx?tabid=66 http://app.mica.gov.sg/Default.aspx?tabid=129	published in 2003, the ERC identified three new economic growth sectors for Singapore – education, healthcare, and the creative industries. <u>Creative Industries Development Strategy (CIDS)</u> - enhance Singapore's creative buzz and international profile - augment the creative capacity of our people		
National Arts Council (NAC) <i>Singapore Cultural Statistics 2004-2008 (in brief)</i>, 2009, 8 pages (pdf) <i>Economic Contribution of Arts & Cultural Sectors 2003-2007</i>, 2009, 12 pages (pdf) <i>Renaissance City Plan III Arts Development Plan</i>, 2008, 74 pages (pdf) http://www.nac.gov.sg/sta/sta01.asp http://www.nac.gov.sg/sta/sta02.asp	- music - dance - chinese opera - theatre - literature - visual arts - photography - multi-disciplinary	<u>Arts Statistics</u> - number of total arts activities (performances & exhibition days) - number of total performances and productions - number of ticketed and non-ticketed performances - ticketed attendance - number of visual arts exhibitions and exhibition days - number of arts societies and companies <u>Arts and Cultural Activities</u> - total arts activities - performing Arts - total productions - total performances (music, dance, theatre & others) - ticketed 4 performances - non-ticketed performances - visual Arts : - exhibitions - exhibition days - museum activities : - total changing exhibitions at national museums - library activities and resources : - total library activities - collections in national libraries (English, Chinese, Malay, Tamil, special materials) - legal deposits in national library board (English, Chinese, Malay, Tamil, special materials) <u>Arts and Cultural Organisations</u> - arts companies and societies :	- total arts companies (music, dance, theatre, visual arts & others) - total arts societies (music, dance, theatre, visual arts, literary arts & others) - museums in roundtable (defence & community, history, lifestyle, art, healthcare, science & innovation, culture) <u>Arts and Cultural Engagement</u> <u>Attendance at Arts and Cultural Events</u> - ticketed attendance at performing arts events - ticket sales for performing arts events (number & S\$M) - non-ticketed attendance at arts and cultural events - museum visitorship: - total visitorship - national museums - library visitorship and services : - physical visitorship - digital visitorship - library loans and e-retrievals : - library loans - loans per capita - e-retrievals <u>Art Education & Participation in Schools</u> <u>Tertiary Arts Education</u> - full-time enrolment in tertiary arts courses - total enrolment - enrolment in diploma arts courses (music, dance, theatre, visual arts, multi-disciplinary, arts administration, arts education)

		- enrolment in undergraduate arts courses - enrolment in post-graduate arts courses <u>Pre-tertiary Arts Education</u> - enrolment in school of the arts (no students) - enrolment in arts elective programmes (art, music, drama) <u>Arts-related Co-curricular Activities</u> - students in arts-related co-curricular activities (music, dance, theatre, visual arts) <u>Financial Support for Arts & Culture</u> <u>Arts and Cultural Philanthropy</u> - contributions to arts and culture : - total contributions (S\$m) - cash & in-kind donations and sponsorship (S\$m) - artefact donations (S\$m) <u>Government Funding for Arts and Culture</u> - total government funding (S\$m) (arts, heritage, library) <u>Economic contribution of the arts and cultural sector</u>	<u>Arts and Cultural Manpower</u> - total employment - employment (visual arts, performing arts, literary arts, cultural heritage) <u>Economic Value of the Arts and Cultural Sector</u> - total nominal value-added (\$'000) - visual arts (\$'000) : - fine art, crafts & collectibles - photography - performing arts (\$'000) : - live performing arts - recorded music - literary arts (\$'000) : - book publishing & sales - cultural heritage (\$'000) : - museums, galleries & heritage - other cultural activities - total operating receipts (\$'000) (visual arts, performing arts, literary arts & cultural heritage)
--	--	--	--

SUÈDE

Gouvernement/ Organisation/ Sources	Définitions/Objectifs	Indicateurs	
Swedish Knowledge Foundation <i>The Eriba Model - An effective and successful policy framework for the creative industries</i>, 2008, 87 pages (pdf) <i>Upplevelseindustrin/ The experience industry</i>, 2008, 16 pages (pdf) FUNK. <i>A growth model for the experience industry</i>, 2006, 4 pages (pdf) http://www.kks.se/templates/Publications/PublicationPage.aspx?id=14377 http://www.kks.se/templates/StandardPage.aspx?id=84 http://www.upplevelseindustrin.se/repository/typify/files/the-experience-industry.2008-publ.pdf	<u>ERIBA Model (Education, Research, Industry, Business and Arts)</u> “The experience industry is a collective term for people and companies with a creative approach whose primary purpose is to create and/ or deliver experiences in some form.” (p75) - architecture - computer and TV games - design - film - photography - art - literature - market communication - media - fashion - music - food - performing arts - tourism/hospitality - experience-based learning <u>Goals</u> - artistic excellence - attractive regions and cities - balance and dialogue - collaboration - diversity and sustainability - efficient use of (public) resources - growth in jobs, exports and contribution to GDP - sustainability	- % turnover for the markets for entertainment and media - % creative industries value added - % <i>creative industries: net turnover</i> - % number of employees - number of companies - % creative industries in total, value added in relation to size of company (number of employees) - % distribution of number of companies and added value per sector of the creative industries	

SUISSE

Gouvernement/ Organisation/ Sources	Définitions/Objectifs	Indicateurs	
Statistique suisse http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/16/02.html	Culture - cinéma / film - bibliothèque	<u>Cinéma / film</u> <u>Indicateurs principaux</u> - répartition des salles - équipement - nombre de cinéma - nombre de salles - nombre de fauteuils - films à l'affiche - nombre de films en première vision - nombre de films en reprise - fréquentation - nombre d'entrées - moyenne par habitant - prix moyen de l'entrée <u>Autres indicateurs</u> - production - production de films suisses cinéma et télévision - distribution et diffusion - films exploités annuellement en Suisse et première vision - exploitation - principaux indicateurs de l'exploitation cinématographique - cinémas, salles et fauteuils selon les cantons - infrastructures selon le type de cinéma - fréquentation cumulée des 500 premiers films suisses sur le marché national - diversité de l'offre - parts de marché des films selon leur pays d'origine et la région linguistique	<u>Bibliothèque</u> <u>Indicateurs principaux</u> - offre - accroissement annuel de l'offre - utilisateurs actifs - prêts <u>Autres indicateurs</u> - bibliothèques nationales - bibliothèques universitaires - bibliothèques publiques - réseaux de bibliothèques des universités - réseaux de bibliothèques des hautes écoles spécialisées - bibliothèques spécialisées - statistiques suisses des bibliothèques: taux de réponses à l'enquête - organisations des bibliothèques des universités suisses - organisations des bibliothèques des universités suisses : indicateurs sélectionnés - bibliothèques universitaires: indicateurs sélectionnés - statistiques suisses des bibliothèques: liste des bibliothèques interrogées - bibliothèques communales et mixtes <u>Pratique culturelle</u> <u>Indicateurs principaux</u> - taux de fréquentation d'activités culturelles choisies - activités culturelles pratiquées en amateur <u>Autres indicateurs</u> - pratiques culturelles en Suisse, principaux résultats
	Média	<u>Accès aux média</u> - internet haut débit - utilisation d'internet <u>Offre médiatique</u> - offre de la presse - infrastructure internet - production de livres <u>Contenus des média</u>	- programmes radio - programmes TV <u>Indicateurs de l'utilisation des médias</u> - utilisation des médias imprimés - utilisation de la radio - utilisation de la radio par programme - audience de la télévision - utilisation de la télévision par programme

		- utilisation d'internet <u>Aspects économiques choisis des média</u> - dépenses TIC - évolution structurelle de la branche des médias - entreprises de médias de masse - utilisation des redevances	- subventions fédérales - l'emploi <u>Médias et conflit</u> - autorité indépendante d'examen des plaintes (radio / TV) - conseil suisse de la presse - commission suisse pour la loyauté
	Société de l'information	<u>Ménages et population</u> - infrastructure téléphonique - infrastructure internet - internet haut débit - accès des ménages à internet - équipement TIC - dépenses TIC - utilisation d'internet - e-commerce des ménages privés - audience de la télévision - utilisation des médias imprimés - utilisation de la radio <u>Entreprises</u> - infrastructure TIC - investissements TIC - utilisation des TIC - commerce électronique - qualification TIC et emploi	<u>Administration</u> - infrastructure TIC - interactions des citoyens avec l'administration - services publics en ligne <u>Formation</u> - infrastructure TIC - formation TIC - formation continue en informatique - utilisation des TIC à l'école <u>Science et technologie</u> - dépenses de R-D - programmes-cadres de recherche de l'UE <u>Secteur TIC</u> - commerce extérieur TIC - entreprises TIC - emplois du secteur TIC - valeur ajoutée du secteur TIC - productivité du travail du secteur TIC
Canton de Zürich <i>Zweiter Zürcher Kreativwirtschaftbe richt</i> http://www.creativ-zurich.ch/content/publikationen/Zweiter_ZHKWBericht_200805_korr.pdf	<u>Économie créative</u> - industrie musicale - livres - art - industrie cinématographique - radiodiffusion - design - publicité - artisanat - presse - architecture - arts vivants - industrie des jeux vidéo et de la programmation informatique	- nombre d'entreprises - nombre de travailleurs - nombre d'emplois (équivalents de plein temps) - chiffre d'affaires total - valeur ajoutée brute - part de l'économie créative par rapport à l'ensemble de l'économie - évolution de l'emploi dans le secteur de l'économie créative par rapport au secteur de la finance - représentation par domaine du chiffre d'affaires des industries de l'économie créative dans le canton de Zürich - répartition par domaine du nombre de travailleurs - nombre et type de sites	- emplois (à plein temps et à temps partiel) - industries créatives du canton de Zürich comparées à celle des agglomérations de Berlin et de Cologne (nombre de sites, nombre de travailleurs dans les différents secteurs, nombre d'emplois – équivalents en temps plein – chiffres d'affaires) <u>Géographie de l'économie créative dans le canton de Zürich :</u> - répartition géographique des emplois de l'économie créative - importance des emplois liés à l'économie créative (répartition géographique) - évolution des emplois liés à l'économie créative (répartition géographique)

BIBLIOGRAPHIE

NOTE : LES RÉFÉRENCES DE LA PARTIE II (INDICATEURS DES CAS NATIONAUX) SONT INDIQUÉES DANS LES TABLEAUX EN ANNEXE.

Références citées

Anheier, Helmut et Yudhishtir Raj Isar (dir.). 2010. *Cultural Expression, Creativity & Innovation*. Londres, Thousand Oaks, New Delhi et Singapour: Sage.

Azmier, Jason J. 2002. *Culture and Economic Competitiveness: An Emerging Role for the Arts in Canada*. Calgary: Canada West Foundation.

Banque Interaméricaine de Développement. <http://www.iadb.org/>

Boltanski, Luc et Ève Chiapello. 1999. *Le nouvel esprit du capitalisme*. Paris: Gallimard.

Brown, Brett V. et Thomas Corbett. 1997. *Social Indicators and Public Policy in the Age of Devolution*. Special Report no. 71. Washington, DC: Institute for Research on Poverty.

Caves, Richard E. 2000. *Creative Industries: Contracts Between Art and Commerce*. Cambridge: Harvard University Press.

Center for an Urban Future. 2002. *The Creative Engine. How Arts & Culture is Fueling Economic Growth in New York City Neighborhoods*. New York: Center for an Urban Future.

Cohendet, Patrick, Laurent Simon, Francesco Sole Parellada et Jaume Valls Pasola. 2009. *Creative Cities*, numéro spécial de International Management, vol. 13, numéro hors série.

Commission européenne et Centre for Research on Lifelong Learning (CRELL). 2009. *Can Creativity Be Measured?*, Bruxelles, Belgique, 28 et 29 mai 2009. http://crell.jrc.it/creativitydebate/?page_id=80

Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement (CNUCED/UNCTAD). 2008. *Rapport sur l'économie créative 2008. Le défi de l'évaluation de l'économie créative et de l'élaboration de politiques responsables*. Genève et New York: CNUCED, Programme des Nations Unies sur le développement (PNUD)

Cooke, Philip et Luciana Lazzeretti (dir.). 2008. *Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development*. Cheltenham et Northampton: Edward Elgar Publishing.

Costa, Pedro. 2008. "Creativity, Innovation and Territorial Agglomeration in Cultural Activities: The Roots of the Creative City". Dans: *Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development*, sous la dir. de P. Cooke et L. Lazzaretti, p. 183-210. Cheltenham et Northampton: Edward Elgar Publishing.

Creative Class: <http://creativeclass.com/>

Crevoisier, Olivier et Leila Kebir. 2007. *Les ressources culturelles entre réseaux internationaux et développement local*. Working paper no 6/2007-F. Neuchâtel: Université de Neuchâtel, GRET.

Cunningham, Stuart D., Hearn, Gregory N., Cox, Stephen D., Ninan, Abraham et Micheal A Keane. 2003. *Brisbane's Creative Industries 2003*. Rapport produit pour le Brisbane City Council, Community and Economic Development. Brisbane: Creative Industries Research and Applications Centre, Q.U.T.

Daviet, Sylvie. 2008. «« Nouvelle » économie culturelle : existe-t-il un modèle européen ?». Dans : *Arts et territoires : vers une nouvelle économie culturelle? : Actes du colloque* (Québec, 76e Congrès de l'ACFAS, 6 et 7 mai 2008). Montréal: INRS-UCS.

DCMS/CITF. 1998. *Creative Industries - Mapping Document*. Londres: Creative Industries Task Force (CITF), Department of Culture, Media and Sports (DCMS).

DCMS. 2006. *Creative Industries Statistical Estimates Bulletin*. Londres: Department for Culture, Media and Sport (DCMS).

DCMS/CITF. 2001. *Creative Industries - Mapping Document*. Londres: Creative Industries Task Force (CITF), Department of Culture, Media and Sports (DCMS).

DeNatale Douglas et Gregory H. Wassall. 2007. *The Creative Economy: A New Definition. A Research Framework for New England and Beyond, Including an Economic Analysis of New England's Cultural Industries and Workforce*. Rapport produit pour le New England Foundation of the Arts (NEFA). Boston: NEFA.
<http://www.nefa.org/sites/default/files/ResearchCreativeEconReport2007.pdf>

Département des études, de la prospective et des statistiques (DEPS). 2006. *Aperçu statistique des industries culturelles*. Paris: DEPS. Disponible sur Internet au : <http://www2.culture.gouv.fr>

Edensor, Tim, Deborah Leslie, Steve Millington et Norma Rantisi (dir.). 2009. *Spaces of Vernacular Creativity. Rethinking the Cultural Economy*. Londres: Routledge.

EURICUR (Braun, Erik et Mariangela Lavanga). 2007. *An International Comparative Quick Scan of National Policies for Creative Industries*. Rotterdam, Université Erasmus: European Institute for Comparative Urban Research (EURICUR).

http://www.euricur.nl/content_assets/National%20Policies%20for%20Creative%20Industries%20Quickscan.pdf

- Featherstone, Mike. 1991. *Consumer Culture and Postmodernism*. Londres: Sage.
- Florida, Richard. 2002. *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday life*. New York: Basic Books.
- Florida, Richard. 2005a. *Cities and the Creative Class*. New York: Routledge.
- Florida, Richard. 2005b. *The Flight of the Creative Class: The New Global Competition for Talent*. New York: Harper Business.
- Florida, Richard et Irène Tinagli. 2004. *Europe in the Creative Age*. Pittsburgh: Demos et Carnegie Mellon Software Industry Center.
- Galloway, Susan et Stewart Dunlop. 2007. "A Critique of Definitions of the Cultural and Creative Industries in Public Policy". *International Journal of Cultural Policy*, vol. 13, no 1, p. 17-32.
- Galloway, Susan et Stewart Dunlop. 2006. "Deconstructing the Concept of "Creative industries"". Dans : *Cultural Industries: The British Experience in International Perspective*, sous la dir. de C. Eisenberg, R. Gerlach et H. C., p. 33-52. Berlin: Proprint: Humbolt-Universitat zu Berlin.
- Garnham, Nicholas. 2005. "From Cultural to Creative Industries: An Analysis of the Implications of the "Creative Industries" Approach to Arts and Media Policy Making in the United Kingdom". *International Journal of Cultural Policy*, vol. 11, no 1, p. 15 - 29.
- Gollmitzer, Mirjam et Catherine Murray. 2008. *From Economy to Ecology: A policy Framework for Creative Labour*. Rapport préparé pour la Conférence canadienne des arts (CCA). Ottawa: CCA.
- Gombault, Anne, Florine Livat-Pécheux et François Durrieu (dir.). 2009. *L'alphaBEM des industries créatives*. Bordeaux: École de Management de Bordeaux, BEM.
- Grefte, Xavier. 2006. *La mobilisation des actifs culturels de la France : de l'attractivité culturelle du territoire... à la nation culturellement créative*. Document de travail du Daps no 1270. Paris: Ministère de la culture et de la communication.
- Grefte, Xavier. 2002. *Arts et artistes au miroir de l'économie*. Paris: Economica.
- Hall, Peter. 2000. "Creative Cities and Economic Development". *Urban Studies*, vol. 37, no 4, p. 639-649.
- Hall, Peter. 1998. *Cities in Civilisation: Culture, Innovation and Urban Order*. Londres:

Weidenfeld et Nicolson.

Hartley, John. 2005. "Creative Industries". Dans : *Creative Industries*, sous la dir. de J. Hartley, p.1 - 40. Carlton: Blackwell Publishing.

Healy, Kieran. 2002. "What's New for Culture in the New Economy?". *Journal of Arts Management, Law, and Society*, vol. 32, no 2, p. 86-103.

Héraud, Jean-Alain et Tiana Rafanomezantsoa. 2009. « Créativité et industries culturelles : grandes tendances et leçons pour l'Alsace ». Dans: *Regards croisés sur la culture, l'innovation et la créativité en Alsace*, réalisé au BETA (en collaboration avec l'Institut Fraunhofer ISI et la société Strasbourg-Conseil) sous la direction d'Emmanuel Muller pour le compte de la Région Alsace, pp.114-130. Strasbourg: Région Alsace.

Hesmondhalgh, David. 2007a. *The Cultural Industries*, 2nd Edition. Londres: SAGE Publications.

Hesmondhalgh, David. 2007b. "Towards a Critique of Creative Industries Policy and Theory". Texte de la présentation au 9e séminaire du ESRC/AHRC Cultural Industries Seminar Network (University of Leeds, avril 2007). <http://www.lse.ac.uk/collections/geographyAndEnvironment/research/Currentresearchprojects/CI%20Presentation%20Dr.%20Hesmondhalgh.doc>

Hesmondhalgh, David et Andy C. Pratt. 2005. "Cultural Industries and Cultural Policy". *International Journal of Cultural Policy*, vol. 11, no 1, p. 1-13.

Higgs, Peter et Stuart Cunningham. 2008a. "Creative Industries Mapping: Where Have We Come From and Where Are We Going?". *Creative Industries Journal*, vol. 1, no 1, p. 7-30.

Higgs, Peter et Stuart Cunningham. 2008b. « Les créatifs intégrés : à la découverte de l'importance et de la contribution des professionnels créatifs dans les divers secteurs de l'économie ». Dans *Le Forum international sur l'économie créative: recueil des textes*. [Traduction française]. Ottawa: Conference Board du Canada. Disponible sur Internet au: http://planifsudbury.ca/index2.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=20&Itemid=27

Higgs, Peter, Stuart Cunningham et Janet D. Pagan. 2007. *Australia's Creative Economy: Basic Evidence on Size, Growth, Income and Employment*. Brisbane: ARC Centre of Excellence for Creative Industries & Innovation. <http://eprints.qut.edu.au/8241/1/8241.pdf>

Higgs, Peter, Stuart Cunningham et Hasan Bakhshi. 2008. *Beyond the Creative Industries: Making Policy for the Creative Economy*. Policy briefing. Londres: National Endowment for Science, Technology and the Arts (NESTA). http://eprints.qut.edu.au/12166/1/beyond_creative_industries_report_NESTA.pdf

- Hollanders, Hugo et Adriana van Cruysen. 2009. *Design, Creativity and Innovation: A Scoreboard Approach*. Rapport préparé pour la Commission européenne et DG Enterprise. Bruxelles: PRO. INNO Europe.
- Howkins, John. 2001. *The Creative Economy: How People Make Money From Ideas*. Londres: Allen Lane.
- IFACCA (International Federation of Arts Councils and Culture Agencies). 2005. *Statistical Indicators for Arts Policy*. D'Art report number 18. Sydney: IFACCA. <http://www.ifacca.org/files/statisticalindicatorsforartspolicy.pdf>
- Institut de la statistique du Québec et Institut de statistique de l'UNESCO. 2003. *Les statistiques face aux défis de la diversité culturelle dans un contexte de globalisation*, Actes du Colloque international sur les statistiques culturelles, *Proceedings from the International Symposium on Culture Statistics* (Montréal, 21-23 octobre 2002), Gouvernement du Québec. http://www.colloque2002symposium.gouv.qc.ca/PDF/colloque_complet.pdf
- Institut de statistique de l'UNESCO (ISU/UIS). 2005. *International Flows of Selected Cultural Goods and Services 1994–2003: Defining and Capturing the Flows of Global Cultural Trade*. Montréal : ISU/UIS.
- International Journal of Cultural Policy. 2009. Vol. 15, no 4.
- KEA European Affairs. 2009. *The Impact of Culture on Creativity*. Rapport préparé pour la Commission européenne. Bruxelles: Commission des Communautés européennes.
- KEA European Affairs. 2006. *The Economy of Culture in Europe*. Rapport préparé pour la Commission européenne. Bruxelles: Commission des Communautés européennes.
- Kong, Lily et Justin O'Connor (dir.). 2009. *Creative Economies, Creative Cities. Asian-European Perspectives*. New York: Springer.
- Landry, Charles. 1990. *Making the Most of Glasgow's Cultural Assets: The Creative city and its Cultural Economy*. Londres: Comedia; Glasgow: Glasgow Development Agency.
- Landry, Charles. 2000. *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*. Londres: Earthscan Publication Ltd.
- Landry, Charles et Franco Bianchini. 1995. *The Creative City*. Londres: Demos/Comedia.
- Lash, Scott et John Urry. 1994. *Economies of Signs and Space*. Thousand Oaks: Sage.
- Liefooghe, Christine. 2010. « Économie créative et développement des territoires : enjeux et perspectives de recherche ». *Innovations*, vol.1, no 31, p181-197.

- Markusen, Ann, Gregory H. Wassall, Douglas DeNatale et Randy Cohen. 2008. "Defining the Creative Economy: Industry and Occupational Approaches". *Economic Development Quarterly*, vol. 22, no 1, p. 24 - 45.
- McGuigan, Jim. 1998. "National Government and the Cultural Public Sphere ». *Media International Australia Incorporating Culture and Policy*, no 87, p. 68-83.
- Mitchell, William J., Alan S. Inouye et Marjory S. Blumenthal. 2003. *Beyond Productivity: Information Technology, Innovation, and Creativity*. Committee on Information Technology and Creativity, National Research Council. Washington: National Academies Press.
- Mt. Auburn Associates (Siegel, Beth et al.). 2000. *The Creative Economy Initiative: The Role of the Arts and Culture in New England's Economic Competitiveness*. Boston: The New England Council. http://www.creative-economy.org/pubs/documents/CEI_2000_report.pdf
- Muller, Kathrin, Christian Rammer et Johannes Truby. 2009. "The Role of Creative Industries in Industrial Innovation". *Innovation: Management, Policy and Practice*, vol. 11, no 2, p. 148 - 168.
- National Endowment for Science, Technology and the Arts (NESTA). 2008. *Beyond the Creative Industries: Making Policy for the Creative Economy*. Londres: NESTA.
- National Endowment for Science, Technology and the Arts (NESTA). 2006. *Creating Growth: How the UK Can Develop World Class Creative Businesses*. Londres: NESTA. <http://www.nesta.org.uk/library/documents/Creating-Growth.pdf>
- O'Connor, Justin. 2007. *The Cultural and Creative Industries: A Review of the Literature*. Rapport produit pour Creative Partnerships. Londres: Creative Partnerships, Arts Council England.
- Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE/OECD). 2009. *The Impact of Culture on Tourism*. [Traduction française des pages 3-75]. Paris: Éditions de l'OCDE. <http://www.oecd.org/dataoecd/35/5/42040218.pdf>
- Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE/OECD). 2007. *National Accounts and Financial Statistics: International Measurement of the Economic and Social Importance of Culture*. Paris: OCDE.
- Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI/WIPO). 2003. *Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright-Based Industries*. Genève: WIPO.
- Pattinson Consulting. 2003. *The Measurement of Creative Digital Content*. Rapport préparé pour le Department of Communications, Information Technology and the Arts (DCITA).

- The Creative Industries Cluster Study. Stage Three Reports. Canberra: Commonwealth of Australia, DCITA.
http://www.cultureandrecreation.gov.au/cics/Measuring_creative_digital_content.pdf
- Pine, Joseph B. et James H. Gilmour. 1998. "Welcome to the Experience Economy ». *Harvard Business Review*, vol. 76, no 4, p. 97-105.
- Poirier, Christian. 2005. « Vers des indicateurs culturels élargis ? Justificatifs des politiques culturelles et indicateurs de performance au Québec et en Europe ». Dans: *Accounting for Culture: Thinking Through Cultural Citizenship*, sous la dir. de C. Andrew, M. Gattinger, S. Jeannotte et W. Straw, p. 235-256. Ottawa: The University of Ottawa Press, Governance Series.
- Potts, Jason (dir.). 2009. *Creative Industries & Innovation Policy*. Numéro spécial de *Innovation: management, policy & practice*, vol. 11, no 2.
- Pratt, Andy C. 2005. "Cultural Industries and Public Policy: An Oxymoron?". *International Journal of Cultural Policy*, vol. 11, no 1, p. 31-44.
- Pratt, Andy C. et Paul Jeffcutt (dir.). 2009. *Creativity, Innovation and the Cultural Economy*. Londres: Routledge.
- QUT CIRAC et Cutler&Co. 2003. *Research and Innovation Systems in Production of Digital Content*. Rapport préparé pour le National Office for the Information Economy. The Creative Industries Cluster Study. Stage Three Reports. Canberra: Commonwealth of Australia, Department of Communications, Information Technology and the Arts (DCITA).
http://www.cultureandrecreation.gov.au/cics/Research_and_innovation_systems_in_production_of_digital_content.pdf
- Roy-Valex, Myrtille. 2010. *Ville attractive, ville créative : la plus-value de la culture au regard des « créatifs » du jeu vidéo à Montréal*. Thèse de doctorat, Montréal, Institut national de la recherche scientifique, Centre – Urbanisation Culture Société.
- Sacchetti, Silvia et Roger Sugden (dir.). 2009. *The Economics of Creativity: Efficiency, Competitiveness and Development*. Numéro spécial de *International Review of Applied Economics*, vol. 23, no. 6.
- Santagata, Walter. (dir.). 2009. *White Paper on Creativity. Towards an Italian Model of Development*. EBLA CENTER - International Center for Research on the Economics of Culture, Institutions, and Creativity.
<http://www.eblacenter.unito.it/BOOKS/White%20paper%20Creativity%20JUNE%202009.pdf>
- Schlesinger, Philip. 2007. "Creativity: From Discourse to Doctrine?". *Screen*, vol. 48, no 3, p. 377-387.

- Scott, Allen J. 2007. "Capitalism and Urbanization in a New Key? The Cognitive-Cultural Dimension". *Social Forces*, vol. 85, no 4, p. 1465-1482.
- Scott, Allen J. 2004. "Cultural-products Industries and Urban Economic Development. Prospects for Growth and Market Contestation in Global Context". *Urban Affairs Review*, vol. 39, no 4, p. 461-490.
- Scott, Allen J. 2000. *The Cultural Economy of Cities. Essays on the Geography of Image-producing Industries*. Londres: Sage.
- The Conference Board of Canada. 2008. *Forum international sur l'économie créative*, Gatineau, Canada, 17 et 18 mars 2008. http://www.conferenceboard.ca/topics/education/symposia/creative_economy_fr.aspx
- The International Forum for Regional Development and Policy Research. 2008. *Measuring and Understanding the Creative Economy in the Regions: Methodological Approaches and Issues*, Southampton, Royaume-Uni, 24 et 25 septembre 2008. http://nuke.creative-regions.org.uk/Portals/0/Downloads/Creative_Regions_final_program.pdf
- The Work Foundation. 2007. *Staying Ahead: The Economic Performance of the UK's Creative Industries*. Document de recherche préparé pour le Department for Culture Media and Sport (DCMS). Londres: DCMS.
- Throsby, David. 2001. *Economics and Culture*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Throsby, David. 2008. "The concentric circles model of the cultural industries". *Cultural Trends*, vol. 17, no 3, p. 147-164.
- Tremblay, Gaétan. 2008. « Industries culturelles, économie créative et société de l'information ». *Global Media Journal*, vol. 1, no 1, p. 65-88.
- UNESCO et Université du Texas. 2004. *The International Creative Sector: Its Dimensions, Dynamics, and Audience Development*. Actes de conférence, Austin, Université du Texas, juin 5-7, 2003. Paris: Unesco. <http://www.culturalpolicy.org/pdf/UNESCO2003.pdf>
- UNESCO/Global Alliance for Cultural Diversity. 2006. *Understanding Creative Industries: Cultural Statistics for Public Policy Making*. Paris: UNESCO, Global Alliance for Cultural Diversity.
- UNESCO-ISU. 2007. *Version préliminaire du Cadre de l'UNESCO pour les statistiques culturelles (CSC) de 2009*. Montréal: Institut de statistique de l'UNESCO.
- URBACT Culture. 2008. *Les activités culturelles, les industries créatives et les villes*. Saint-Denis-La Plaine: Délégation interministérielle à la ville (DIV).

- Uricchio, William. 2004. "Beyond the Great Divide: Collaborative Networks and the Challenge to Dominant Conceptions of Creative Industries". *The International Journal of Cultural Studies*, vol. 7, no 1, p. 79-90.
- Van der Pol, Hendrik. 2008. "Key Role of Cultural and Creative Industries in the Economy". Dans: *Knowledge and Policy 2007: Measuring and Fostering the Progress of Societies*, chap. 23, Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE).
- Venturelli, Shalini. 2003. *From the Information Economy to the Creative Economy: Moving Culture to the Center of International Public Policy*. Coll: « Cultural Comment ». Washington: The Center for Arts and Culture.
- Xiaodong, Fu et Xu Hanlux. 2009. "The Origin of Explosive Development of Creative Industry in China". Texte de la présentation à la Annual Conference of the Regional Studies Association: Understanding and Shaping Regions (Leuven, Belgique, 6 au 8 avril 2009). <http://www.regional-studies-assoc.ac.uk/events/2009/apr-leuven/papers/XiaodongFu.pdf>

Autres références consultées

- Americans for the Arts. 2003. *Building Creative Economies: The Arts, Entrepreneurship, and Sustainable Development in Appalachia*. Washington: Monographie. Special report. Americans for the Arts. <http://www.arc.gov/images/programs/entrep/BuildingCreativeEconomiesReport.pdf>
- Bakhshi, Hasan, Eric McVittie et James Simmie. 2008. *Creating Innovation: Do the Creative Industries Support Innovation in the Wider Economy?* Rapport de recherche produit pour le National Endowment for Science, Technology and the Arts (NESTA). Londres: NESTA.
- Bakhshi, Hasan et Eric McVittie. 2009. "Creative Supply-chain Linkages and Innovation: Do the Creative Industries Stimulate Business Innovation in the Wider Economy?". *Innovation: Management, Policy and Practice*, vol. 11, no 2. p. 169-189.
- Barrère, Christian. 2006. « Les liens entre culture, industries culturelles et industries créatives ». Dans: *Création et diversité au miroir des industries culturelles*, sous la dir. de X. Greffe, p. 193-226. Paris: La Documentation française.
- Greffe, Xavier. 1999. *L'emploi culturel à l'âge du numérique*. Paris: Anthropos.
- Greffe, Xavier et Sylvie Pfieger. 2005. *La culture et le développement local*. Rapport produit pour l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE/OECD). Paris: OCDE.

- ICF Consulting, SGS Economics and Planning. 2003. *Creativity Is Big Business—A Framework for the Future*. Brisbane: Queensland Department of State Development, Trade and Innovation.
- Muller, Emmanuel (dir.). 2009. *Regards croisés sur la culture, l'innovation et la créativité en Alsace*. Rapport de recherche réalisé au BETA (en collaboration avec l'Institut Fraunhofer ISI et la société Strasbourg-Conseil) pour le compte de la Région Alsace. Strasbourg: Région Alsace.
- Norcliffe, Glen et Olivero Rendace. 2003. "New Geographies of Comic Book Production in North America: The New Artisan, Distancing, and the Periodic Social Economy". *Economic Geography*, vol. 79, no 3, p. 241-263.
- Oakley, Kate et Brooke Sperry. 2008. *Fine Artists and Innovation: A Longitudinal Study of the Impact of Fine Artists on the UK Economy*. Coll. « Working Paper ». Londres: The National Endowment for Science, Technology and the Arts (NESTA).
- Oakley, Kate, Brooke Sperry et Andy Pratt. 2008. *The Art of Innovation: How Fine Arts Graduates Contribute to Innovation*. Rapport de recherche pour The National Endowment for Science, Technology and the Arts (NESTA). Londres: Hasan Bakhshi et NESTA.
- Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE/OECD). 1996. *The Knowledge-Based Economy*. Paris: OCDE.
- Pratt, Andy C. 2004. "The Cultural Economy. A Call for Spatialized "Production of Culture" Perspectives". *International Journal of Cultural Studies*, vol. 7, no 1, p. 117-128.
- Sacco, Pier Luigi et Giovanna Segre. 2009. "Creativity, Cultural Investment, and Local Development: A New Theoretical Framework for Endogenous Growth". Dans *Growth and Innovation of Competitive Regions: The Role of Internal and External Connexions*, sous la dir. de U. Fratesi et L. Senn, p. 281-294. Berlin, Heidelberg: Springer.
- Wassall, Gregory H. et Douglas DeNatale. 2006. *Creative Economy Research in New England: A Reexamination*. White paper soumis au Research Convening of the New England Research Community. Boston : New England Foundation for the Arts (NEFA). <http://www.nefa.org/sites/default/files/ResearchNECreativeEconReexamination.pdf>