

L'ÉTAT DE L'ÉCONOMIE DE LA CULTURE EN HAÏTI ET DANS LA CARAÏBE

Rose Nesmy Saint-Louis

Économie de la culture. Je l'encapsule dans la nouvelle spécialité de la science économique : l'étude de la manière dont les peuples et les individus exploitent les héritages ancestraux et naturels, et produisent, organisent, distribuent, vendent les biens et les services culturels qui en découlent pour satisfaire leur besoin et leur désir. Économiste de formation, de profession, d'observation et de terrain, je me dois de vous dire la vérité. Je l'avoue ; le sujet est grave. Il s'agit d'une tentative de mariage entre le matériel et l'immatériel.

Lorsque je me trouvais à l'ordinateur pour exprimer ma lecture des statistiques sorties du paysage national, régional et mondial de l'économie de la culture, je ne savais quoi exactement écrire. La marchandisation de ce qu'il y a de plus sacré dans un pays, la culture, me paraissait un sacrilège. Il y avait un long moment de silence. Puis, le déclic : j'ai vite compris qu'il était impossible de dissocier la vie culturelle d'une nation de ses réalités socioéconomiques, son Produit Intérieur Brut (PIB) de son Plaisir Intérieur Brut (PIB) ou de ses richesses spirituelles, sa structure mentale de ses infrastructures économiques, l'élévation de son humanité de son "niveau de développement", sa raison de ses émotions, son « Je pense, donc je suis » de son « Je sens, donc je suis ». En vérité. Dans la grande consécration de l'humain, l'immatériel ne quitte jamais le matériel. Sœurs et frères de la Caraïbe, notre gestion de cette dualité est au cœur de notre malheur et de notre bonheur. Je m'explique.

Nous devons mettre en valeur la force de travail et l'âme même de la Caraïbe à la face du monde entier. Nous, Caraïbéens, nous sommes ce que nous sommes : la chaleur de nos rythmes ancestraux, la flamboyance de notre carnaval, l'engagement de notre reggae, la joie de notre calypso, de notre konpa, de notre salsa, de notre meringue, l'exotisme de nos gastronomies, les épices de notre "griyo", de notre jeck chicken, de notre curry chicken, nos îles — ces merveilles sculpturales tombées des mains de la Nature dans la mer des Caraïbes jadis sillonnée par les négriers — nos plages ensoleillées, nos montagnes majestueuses (...) et, par-dessus tout, notre capacité d'en faire un véritable moteur de développement politique, social, économique et humain. C'est tout cela qui m'a inspiré ce que je vous dis maintenant. C'est notre texte que je vous lis. Je vous remercie donc de me l'avoir dicté dans mon plus beau rêve de, pour et avec la Caraïbe. Une Caraïbe fraternelle, forte, libre, solidaire et prospère.

Nous sommes la somme magique des cultures d'une même région partageant essentiellement les mêmes origines historiques. C'est la fameuse et l'admirable addition : $1 + 1 + 1 + 1 + 1 + 1 + (\dots) = 1$. Haïti + Jamaïque + Cuba + Barbade + Saint-Thomas + Bahamas (...) = La Caraïbe = 1.

Oui, vous redirai-je, nous sommes essentiellement Un, géographiquement Un, géopolitiquement Un, écologiquement Un, historiquement Un : Un passé colonial dont les racines communes sont principalement "amérindiennes", africaines et européennes. Nos arrière-grands-parents ont connu la même tragédie et la même pulsion vers la liberté. Nos parents ont poussé le même cri de douleur et de joie. Nous avons vécu la même illusion et la même désillusion, le même rêve et le même cauchemar. Nos enfants, de Kingston, en passant par Bridgetown, jusqu'à Port-au-Prince, ont les yeux rivés sur l'avenir avec la même beauté, la même innocence, le même espoir. Je dois aussi vous dire, comme nous sommes en pleine CARIFESTA, que nous avons également un **bilan économique** de nos cultures à dresser ensemble, des **perspectives d'avenir** à partager, et un **message commun** à envoyer à nos enfants et au monde entier.

I- Le bilan économique de nos cultures

Je développerai un raisonnement statistique en déchiffrant les chiffres publiés dans le rapport de l'Organisation des Nations Unies pour l'Éducation, la Science et la Culture (UNESCO) sur le commerce des biens et des services culturels intitulé *The Globalisation of Cultural Trade — A Shift in Consumption/La Mondialisation du commerce culturel : Un tournant dans la consommation*.

L'UNESCO divise l'économie de la culture en six secteurs : Héritages culturels et naturels, Manifestations et célébrations, Arts visuels et artisanats, Livres et imprimerie, Audiovisuel et media interactif, Design et Services créatifs. J'en profite pour alerter les tenants du tourisme traditionnel dans la Caraïbe : les trois "S" traditionnels (Sun, Sand et Sea/le Soleil, le Sable et la Mer) ne peuvent plus constituer le pivot autour duquel tourne le développement du tourisme durable. L'industrie touristique repose sur la culture, que l'on en soit conscient ou en fasse fi.

Pour nous limiter dans le temps, jetons un bref coup d'œil sur les trois secteurs les plus florissants de l'économie de la culture à travers le monde : (1) les arts visuels et les artisanats, avec une croissance moyenne des exportations de 185% entre 2004 et 2013 ; (2) les produits audiovisuels et interactifs, avec une croissance de 111,9% ; et (3) les héritages culturels et naturels, particulièrement pour ceux d'entre nous qui y sont sentimentalement attachés, avec une croissance de 45,3%. Désormais, la culture est le secteur le plus dynamique de l'économie mondiale.

1- Les arts visuels et les artisanats

Les arts visuels et les artisanats — représentant 71% (soit \$151,8 milliards) des exportations de biens culturels à travers le monde — ont dominé le commerce culturel du monde pendant la dernière décennie et continuent de renforcer la tendance. Ce créneau commercial comprend, entre autres, les beaux-arts, les gravures originales, les sculptures, les statuettes, les bijoux, (en or, en argent et en bois), des vêtements brodés et étoffes de bonneterie. Les importations de ces produits avaient atteint 100 milliards de dollars US en 2013. C'est le seul secteur pour lequel la Caraïbe n'a pas eu une balance commerciale déficitaire : 2% de produits importés contre 60% de produits

exportés. Cependant, notre région n'arrive pas à exploiter à fond ses avantages comparatifs. Ce phénomène s'explique, selon mes observations et recherches, par :

- (i) La faiblesse des revenus,
- (ii) La structure de production artisanale fondée exclusivement sur le savoir-faire ancestral ou familial,
- (iii) La lenteur du transfert et de l'appropriation technologiques nécessaires à la production compétitive de produits culturels,
- (iv) La lenteur du renouvellement du capital humain indispensable à la complexité de la créativité dans ces domaines,
- (v) La mauvaise organisation des producteurs,
- (vi) Le manque de connexion commerciale avec les grands distributeurs régionaux et mondiaux,
- (vii) Le manque d'attention prêtée aux rouages des grands marchands d'art/art dealers, au commerce des arts visuels et artisanaux et à l'évolution des grandes expositions et aux grandes ventes aux enchères internationales,
- (viii) Le retard du développement de l'économie de la culture dans les politiques publiques,
- (ix) Le manque d'organisation au niveau du réseautage d'affaires (business networking) dans la production culturelle,
- (x) Le manque de communication entre les producteurs culturels, les consommateurs culturels, l'élite culturelle et l'élite économique.

Une réflexion profonde accompagnée de prises de mesures responsables des dirigeants de la Caraïbe sur ces dix goulots d'étranglement serait un pas vers le redressement du secteur.

Face à une telle situation, les pays de la Caraïbe doivent chercher des pistes de solutions en reconnaissant la nécessité d'assumer leur responsabilité commune et en misant sur la corrélation étroite entre le développement de l'industrie touristique et celui de l'industrie culturelle. Si le voyage du touriste est touristique, ses dépenses sont absolument culturelles. Qu'il consomme et reparte de l'hôtel, de la plage, de la montagne, de la station de vacances, de chez l'habitant avec nos produits culturels, la meilleure campagne publicitaire et le meilleur ambassadeur de la Caraïbe à travers le monde. Nous avons un marché de biens culturels mondial de 190,5 milliards de dollars en pleine expansion à intégrer, à explorer et à conquérir. Nous pouvons le faire. Le temps n'est plus au rabâchage de nos malheurs. Trouvons des solutions concrètes à nos problèmes concrets. Ensemble.

2- Les produits audiovisuels et interactifs

Ces produits constituent un immense marché de biens culturels en développement rapide de \$27 milliards, contenant principalement les films, les jeux de vidéo, les DVD, les CD, les "audio-books", etc. Ces exportations, quasi-inexistantes en Haïti et anormalement faibles dans la Caraïbe, ont connu une hausse de 111,9% sur le marché mondial, contre

0,5% pour la région caraïbienne. Deux produits dominent le marché, les films et les jeux de vidéo. La mondialisation et les Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC) ont bouleversé ces industries, conduisant à l'internationalisation de la chaîne de valeur (value chain), de la création, ramassant la production, jusqu'à la consommation de films et de jeux de vidéo.

Faisons rapidement deux importantes remarques sur la "surdomination" de deux pays du secteur : la Chine, pour les jeux vidéo et les États-Unis, pour la production cinématographique. La Chine exporte la moitié des produits audiovisuels (particulièrement les jeux vidéo) sur le marché mondial tandis que les États-Unis — à travers le vent hollywoodien soufflant sur le paysage culturel de la planète — maintient son hégémonie cinématographique. La popularité mondiale de Warner Bros Pictures, l'une des plus grandes sociétés et de distribution cinématographiques et télévisuelles, en témoigne. Le géant américain empoche 62% de ses revenus de vente à la billetterie (boxoffice sales) générées en dehors du territoire américain. Sachons aussi que cinq des dix films les plus vus du monde en 2014 provenaient des États-Unis d'Amérique. Ces mêmes longs métrages étaient les plus vus aussi dans 71% des pays du monde. De plus, Netflix, l'entreprise américaine offrant des films en flux continu sur Internet, s'impose dans les foyers cinéphiles du monde entier.

Confrontés à une telle concurrence, les pays de la Caraïbe a une alternative : subir l'influence culturelle jusqu'au rejet cinématographique d'eux-mêmes ou choisir leur propre image, leur propre voix, leur propre regard et les partager entre eux, avec leur diaspora et avec le monde. Cela requiert la mobilisation et l'organisation des ressources artistiques de la région à travers la création, par exemple, d'une "Confédération Caraïbienne des Artistes". Ce serait un grand pas vers l'indispensable lutte contre la lecture stéréotypée de l'étranger de ce que nous sommes. Nous avons des histoires à raconter à nous-mêmes et à l'humanité toute entière. Nous ne pouvons les raconter bien que solidairement.

3- Les héritages culturels et naturels

Les années 2013-2022 ont été déclarées "Décennie internationale du rapprochement des cultures", sous le leadership de l'UNESCO, dans le cadre de la protection des héritages culturels et naturels de l'humanité et de la promotion de la paix entre les nations. Il est difficile de délimiter les différents champs de recherche se trouvant dans l'étendue que constituent les vastes domaines des Héritages culturels et naturels : la paléontologie, l'histoire, la linguistique, la littérature, l'écologie, l'archéologie, l'ethnographie, la zoologie, la botanique, minéralogie, etc. Étant donné l'impossibilité de faire l'évaluation marchande de tous ces domaines et d'en avoir une idée économique exacte, je vous invite à regarder l'ensemble les exportations culturelles de la Caraïbe par rapport au reste du monde.

Les exportations culturelles de la Caraïbe, sans le Mexique (0,02% des exportations mondiales) s'élèvent à \$39,9 million. Comme les statistiques ne valent qu'à titre de comparaison, je vous dis en passant que le chiffre pour les îles du Pacifique (0,45% des

exportations mondiales) était \$961,5 million. Gardons toutefois à l'esprit qu'il y a une très forte concentration de richesses générées des produits culturels. Les dix plus grands pays exportateurs de produits culturels, partagent 79% des recettes d'exportation entre eux. La recette d'exportation culturelle de la Chine, la reine de l'industrie du faux et de la contrefaçon, est 1500 fois supérieure à celle de la Caraïbe.

Encore plus importante est la balance commerciale de la région dans le domaine de la culture. Les chiffres d'exportation et d'importation culturelles mettent en lumière l'état de l'économie de la culture dans nos pays. Tous les pays de la Caraïbe connaissent un déficit commercial au niveau de la culture. Le Mexique, \$1,1 milliards d'exportations contre \$1,45 milliards d'importations ; et le déficit se creuse en Jamaïque, \$8 million d'exportations et \$90 million d'importations de produits culturels.

Curieusement, le déficit tend à être plus élevé dans les anciennes colonies européennes aux racines africaines. Toujours à titre de comparaison, jetons un bref coup d'œil sur Afrique Sub-Saharienne. Celle-ci a une très forte concentration d'héritages culturels et naturels de l'humanité. Pourtant, les importations culturelles de l'Afrique noire (0,9% du commerce culturel mondial) sont trois fois plus élevées que ses exportations (0,3%). Quels enseignements pouvons-nous tirer de ces statistiques ? Il est clair : la plus puissante domination autour de laquelle tourne l'économie mondiale est, avant tout, culturelle. Elle est l'essence qui fait tourner les machines politiques et économiques des grandes puissances, de l'empire romain à l'empire américain. Bien qu'il soit indispensable de promouvoir les échanges culturels entre les peuples, sachons que les marchands ont leur culture économique, que les soldats ont leur culture militaire, que les technocrates ont leur culture administrative, que les croyants ont leur culture spirituelle, et que les conquérants imposent leur culture aux conquis.

II- Les perspectives d'avenir

Un phénomène important se produit : la croissance très forte du commerce mondial des biens culturels (\$190 milliards) est inférieure à celle du commerce des services culturels, un marché de \$150 milliards. Nous avons donc affaire à un marché du monde de la culture de \$340,5 milliards. La plus belle nouvelle pour nous, Caraïbéens, c'est que si nous avons subi notre passé collectif, nous pouvons évaluer notre présent et choisir notre avenir. Soyons donc forts, sereins, clairvoyants et sérieux, car nous pouvons lire les perspectives d'avenir à travers :

- (i) **La dématérialisation de tout un pan de la production culturelle grâce aux Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication.** Ces innovations technologiques sont, depuis l'âge de la pierre, les plus accessibles de l'histoire scientifique et technologique de l'humanité. C'est là où les régulateurs du secteur des télécommunications de la Caraïbe ont un rôle crucial à jouer dans le développement d'infrastructures numériques et l'accès universel, viable, fiable à l'Internet robuste pour le développement de l'administration publique en ligne et du commerce de services numériques par

- rapport au commerce de marchandises traditionnelles. Soyons prudents et vigilants. Le même malheur du commerce des marchandises frappe déjà à la porte du commerce des services électroniques : suite à la catastrophe du tremblement de terre porteur de l' "argent mafieux" de la charité internationale qui s'est traduit dans un "économicide" dans le pays, Haïti a importé \$55,8 million de services culturels (info services, Internet services, services commerciaux).
- (ii) **Le début de la désillusion des matérialistes sauvages et aveugles.** Des milliards de femmes et d'hommes, commençant à prendre conscience des désastres écologiques et sociaux, tendent à se déconnecter du quotidien nauséeux pour mieux se connecter à la nature, à l'humain et aux divinités judéo-chrétiennes, islamiques, bouddhistes, païennes et animistes dont nous, Caraïbéens, sommes parmi les grands dépositaires. Les déboussolés du "développement fou" sont à la recherche de nos grottes, de nos héritages ancestraux et naturels, de notre humanité nue et, j'ose le dire, de notre « Caraïbéanité/Caribbeanity ».
- (iii) **L'intégration réussie des diasporas caraïbéennes dans les grands centres intellectuels, politiques, culturels et économiques du monde.** Les Caraïbéens, très confiants en eux-mêmes, réussissent partout où ils vont. Ils n'ont pas peur du monde et de la mondialisation. La mondialisation a commencé avec nous et contre nous. Nous l'avons vécue courageusement. Elle n'est pas étrangère à notre culture.

En conséquence, nous n'avons rien à perdre. Nous avons absolument tout à gagner de partir à la conquête de nous-mêmes et du monde de demain.

III- Le message commun

Enfin, nous reconnaissons que les valeurs de certains produits culturels sont incommensurables. Ils n'ont pas de prix marchands. Aussi ne pouvons-nous nous empêcher de le dire : les plus belles exportations d'Haïti vers la Caraïbe, vers l'Amérique et à vers le monde sont, ont toujours été et seront toujours la Révolution Haïtienne, la Déclaration de l'Indépendance d'Haïti et la première constitution d'Haïti (la Constitution de 1805 de Jean-Jacques Dessalines). Et comment pourrais-je oublier de sitôt que l'immortel Robert Nesta Marley (Bob Marley) est la plus merveilleuse exportation de la Jamaïque au monde entier ? Je pense aussi aux disciples de Peter Tosh. Sa guitare pourrait nous être utile au moment opportun.

Mais encore ne devons-nous pas nous rappeler que l'homme n'est pas seulement ce qu'il pense, ce qu'il déclare, ce qu'il dénonce et ce qu'il combat. Il est aussi ce qu'il mange, ce qu'il apprend, ce qu'il produit ; il est la façon dont il se voit dans le regard de l'autre et ce que sa conscience lui dit en regardant l'autre. Nous sommes l'expression de ce qui est le plus authentique en nous et chez nous : nos racines ancestrales qui nous permettent de nous voir en Dieu, avec Dieu, pour Dieu (notre syncrétisme, notre vaudou), et nos ailes

modernes qui doivent nous permettre de survoler, d'admirer et d'appréhender tous les progrès de l'humanité au rythme desquels battent naturellement nos cœurs.

Telle est ma conception de CARIFESTA : une plateforme pour la célébration, l'exposition, la mise en valeur et le marketing des patrimoines culturels de la Caraïbe, un vecteur de développement du tourisme durable, un moteur de croissance et de justice économiques et, par-dessus tout, un véritable ciment pour le renforcement du vivre-ensemble des peuples de la Caraïbe. Telle était la vision de Jean-Jacques Dessalines, de Marcus Mosiah Garvey (dans son journal *The Negro World*), de Frantz Fanon (dans *Peau Noire, Masques Blancs*), d'Aimé Césaire (dans *Le Cahier d'un retour au pays natal*), de Bob Marley (dans *Redemption Song*), de W. Arthur Lewis (dans *Racial Conflict and Economic Development*), de Derek Walcott (dans *Omeros*).

Face au massacre culturel, nous périrons ensemble ou nous rayonnerons ensemble. Attention, sœurs et frères de la Caraïbe ! Que les générations à venir ne lisent pas un jour ceci sur la pierre tombale des esprits de nos aïeux : « Ci-gît l'âme trahie, assassinée et abandonnée de la Caraïbe ».

Allez le dire au CARICOM !

Allez le dire aux peuples caraïbéens !

Allez le dire au monde entier !

Allez le dire à travers les océans, les montagnes, les plaines, les vallées !

Allez le dire dans nos écoles !

Allez le dire dans nos églises, dans nos oumforts, dans nos temples !

Allez le dire dans nos familles !

Allez le dire dans nos hôtels !

Allez le dire sur nos plages !

Allez aussi le dire à la République Dominicaine : la solidarité caraïbienne et latino-américaine est, avant tout et par-dessus tout, haïtienne.

Merci.

Rose Nesmy Saint-Louis, auteur de *Le Vertige haïtien – Réflexions sur un pays en crise permanente*.

exclusivelyrose1@yahoo.com