

Économie de la culture

David THROSBY

Février 2002

David Throsby est un pionnier de l'économie de la culture, qui combine dans ses travaux recherche théorique et études empiriques. C'est en outre un musicien très en contact avec les milieux artistiques.

L'économie de la culture est aujourd'hui un domaine de recherche très dynamique, après un long temps de marginalité. Il y a bien des indications sur les arts chez les auteurs classiques, mais ce n'est que depuis une trentaine d'années que la culture fait l'objet d'études économiques systématiques.

D. Throsby s'exprime dans un mélange de français et d'anglais. Ce qui suit est la retranscription de notes prises sur le moment.

Table des matières

1 Première partie : 13 Février 2001	1
1.1 Premiers développements	1
1.2 La «maladie de Baumol» et l'économie des arts du spectacle	2
1.3 Le soutien public aux arts	3
1.4 L'artiste, aspects économiques de son activité	3
2 Deuxième partie : 27 Février 2001	4
2.1 Le marché de l'art	4
2.2 Les industries culturelles	5
2.3 Culture et développement	7
2.4 Le patrimoine culturel	7

1 Première partie : 13 Février 2001

1.1 Premiers développements

Adam Smith, Ricardo, Mill ont exprimé un intérêt personnel pour les arts, mais l'histoire de l'économie de la culture commença vraiment avec J. K. Galbraith et *The Liberal Hour*. Dans cet ouvrage,

un essai tente de montrer que les artistes ne sont pas intéressés par l'économie, et que les économistes n'ont rien à dire sur l'art. Il lui fut doublement donné tort.

L'étape suivante est marquée par l'ouvrage de Belmont et Bowen. Ce fut la première fois que les techniques de l'économie étaient appliquées aux arts. Ce fut une avancée importante, qui faisait entrer l'art dans le champ des objets d'étude de l'économie.

Depuis, plusieurs sujets ont été abordés. Dans les années 1970 dominait la question des subventions publiques. Il s'agissait de trouver une justification économique aux subsides gouvernementaux. Dans les années 1980, l'attention se porta vers la notion des arts comme une industrie. Les industries de la création fournissaient alors le contenu essentiel de la «nouvelle économie», ce qui en faisait un secteur moteur de l'ensemble de l'économie. Aujourd'hui, le champ est devenu beaucoup plus large, principalement *via* une définition très extensive de la culture, incluant les sens sociologique et anthropologique du terme. En particulier, le rôle de la culture dans la croissance des pays en voie de développement est un sujet majeur. La notion de capital culturel est également très étudiée.

C'est donc aujourd'hui un champ de recherche très large, plein de chantiers.

Une des difficultés de ce champ est de cerner ce que sont les biens culturels. Il faut en effet identifier clairement les propriétés particulières de ces biens pour justifier une étude spécifique. Trois définitions sont particulièrement intéressantes.

- La première est fondée sur leur caractéristiques propres. Les biens culturels, en particulier les objets d'art,
 - nécessitent de la créativité dans leur production ;
 - transmettent un sens symbolique ;
 - impliquent la propriété intellectuelle, ils

peuvent être soumis au *copyright*.

Il y a certainement des problèmes aux limites de cette définition, avec les sports, par exemple. Mais globalement, cette définition fonctionne bien.

- La deuxième repose sur le fait que les biens culturels produisent une forme de valeur qui ne se ramène pas à leur valeur économique, une valeur culturelle. Qu'est-ce à dire ? C'est un des points de l'exposé qui suit.
- La troisième porte sur la spécificité de la demande adressée aux biens culturels. Cette demande a la particularité d'être accumulative. La demande de biens culturels tend en effet à croître avec la consommation, produisant des comportements proches de l'addiction, au sens de Gary Becker (addiction rationnelle). C'est une demande spécifique, construite sur des goûts acquis. Cependant, cette caractéristique peut s'appliquer à d'autres biens, comme les voitures de sport ou les drogues.

Les deux premières définitions nous seront les plus utiles.

Il faut réserver une place particulière aux arts vivants (performing arts).

Du point de vue de la demande, il est possible d'appliquer les techniques économiques d'analyse de la demande au théâtre, à la musique,... On trouve alors que la demande est très similaire à la demande des biens non-culturels. Elle dépend négativement du prix, du prix des biens substituables, positivement du revenu et de la qualité anticipée de l'expérience. Mais empiriquement, des différences apparaissent. Les caractéristiques de qualité tendent à dominer les autres facteurs. On va souvent au théâtre pour voir une pièce, voire un acteur précis. Le revenu est significatif. L'élasticité est positive, mais comme la consommation de ces biens culturels demande beaucoup de temps, les coûts associés (transport, restaurant, baby-sitter) sont élevés, et croissent avec la hausse du coût d'opportunité du temps libre. Néanmoins, la demande est bien comprise.

Dans les arts vivants, il y a à la fois des compagnies commerciales et non-commerciales. Les compagnies non-commerciales sont généralement financées par le gouvernement. Il existe une littérature importante concernant ce tiers-secteur, ni État, ni secteur privé (universités, hôpitaux, théâtre,...). Le

problème pour l'économiste est de savoir ce que maximisent de telles institutions. Elles peuvent tenter de maximiser deux éléments ;

- la production, mesurée en général par l'audience ;
- la qualité de la représentation.

La fonction-objectif comprend donc ces deux éléments. Cette analyse s'applique à toutes les entreprises du tiers secteur. La contrainte est alors celle de coût, qui ne peut excéder la somme des recettes et des subventions. Beaucoup de recherche a porté sur cette contrainte. Avec la contrainte devenant plus stricte, des arbitrages doivent en effet être réalisés. On peut choisir de diminuer la qualité, ce qui rend difficile de jouer des œuvres peu populaires, comme la musique contemporaine. Cela signifie que ces institutions doivent rechercher des formes alternatives de revenu, *via* les donations et parrainages.

1.2 La «maladie de Baumol» et l'économie des arts du spectacle

En 1799, un quatuor de Mozart prenait 25 minutes et 4 interprètes. C'est la même chose aujourd'hui : pas de gains de productivité, semble-t-il, en 200 ans. C'est ainsi que Baumol introduisit le paradoxe des arts vivants. N'étant pas le lieu de gains de productivité, le monde des arts devrait être condamné au déclin. En effet, les hausses salariales dans les secteurs où il y a des gains de productivité se répercutent dans le monde des arts *via* la mobilité du travail. Les coûts de production augmentent donc, mais pas les revenus.

Baumol suggéra que de ce fait, les arts vivants étaient condamnés au déclin. Il est vrai qu'ils sont sous pression du fait de ce problème. Cependant, des changements technologiques s'y produisent, générant des hausses de productivité. Le progrès de l'amplification sonore et de l'ergonomie permettent aux théâtres d'augmenter leur capacité et leur confort. Les progrès dans l'enregistrement permettent de vendre plusieurs fois une même interprétation, ce qui constitue une importante source de revenus pour les orchestres. Même si écouter un disque n'est pas la même expérience que d'aller au concert, c'est le même bien et le même producteur qui sont en jeu.

De plus, les hausses salariales dans les autres secteurs ne sont pas toujours transmises aux arts. Les artistes sont souvent volontaires pour travailler

pour un salaire inférieur à celui qui correspondrait ailleurs à leur niveau de qualification. C'est un facteur fondamental dans la survie des arts vivants. En Australie par exemple, les artistes gagneraient significativement plus s'ils travaillaient dans d'autres secteurs. on peut ainsi dire que les artistes subventionnent leur propre activité.

Un autre élément est l'augmentation de la demande avec le niveau général d'éducation. Certes, cela affecte la nature de la demande, qui passe de la musique classique à la pop. Mais cela donne un bon espoir aux arts vivants.

1.3 Le soutien public aux arts

Q [Menger] : Comment en France se joue le jeu à trois partenaires entre compagnes, consommateurs et gouvernement ?

R : En France, le niveau des subventions est très élevé. Dans ce jeu, ni le gouvernement ni les compagnes ne sont passifs. Mais il y a aussi un quatrième acteur, les entreprises, qui peuvent être persuadées de parrainer les arts vivants. De là découle la notion de partenariat avec le secteur privé, les entreprises y gagnant en notoriété. Ce gain est d'ailleurs parfois excessif. À Londres, la construction du Millenium Dôme a coûté 500M de Livres, est devait être une expression de la créativité britannique. Il fut le lieu d'une exposition pour l'an 2000, divisés en secteurs, chacun parrainé par une entreprise. Celle-ci ne versèrent que l'équivalent d'1/5 des coûts de construction, mais firent une telle publicité qu'elles éclipsèrent la vocation d'espace d'expression culturelle.

[Menger] De même, en France, de nombreuses entreprises s'accrochent à des événements financés majoritairement par l'État et en retirent des gains sans commune mesure avec leur mise.

Il faut néanmoins noter que si les collections appartiennent à l'État, de plus en plus de musées nationaux ou locaux sont gérés comme des entreprises commerciales. Cela pose une question de principe : dans ce jeu, comment sont représentés les intérêts des consommateurs ? Du point de vue de l'économie, les arts peuvent être considérés comme des biens publics, dans la mesure où l'existence d'une tradition culturelle ajoute de la valeur à la communauté dans son ensemble, une valeur pour laquelle la communauté est généralement prête à payer *via* ses taxes. pour l'économiste, c'est une raison claire

en faveur des subventions culturelles, dans la mesure où de telles externalités en sont pas prises en compte par le marché.

Q [Menger] : Comment vérifier l'existence d'une telle disposition à payer ?

R : On peut faire cela par un sondage. On se rend alors compte que non seulement les gens sont prêts à payer, mais aussi plus que n'alloue le gouvernement. Ce peut aussi être fait par la voie référendaire, comme en Suisse. Les arts génèrent un support large. À Zurich, un référendum a approuvé la rénovation de l'opéra, alors que peu de personnes y vont.

[interruption]

Il est intéressant pour un économiste d'écouter les questions que lui pose un sociologue. Ce dernier s'intéresse aux mécanismes exacts des relations de pouvoir, fondamentales dans la compréhension des subventions publiques aux arts. En termes économiques, on modélise cela par des comportements de recherche et de capture de rente. Les musées et galeries proposant des biens dont la valeur culturelle est reconnue bénéficient ainsi de rentes de situation.

Parfois, le support accordé aux arts est vu comme un problème, car il bénéficie le plus aux couches les plus aisées de la population. Il se pose ainsi un problème de redistribution. C'est cependant un mauvais argument. Toute intervention du gouvernement modifie la distribution des richesses. Le but d'une subvention n'est pas d'abord son effet redistributif, mais de pallier un échec du marché à prendre en compte certains facteurs jugés importants. À partir de ce moment, la question de la distribution trouve sa solution *via* les nouveaux mécanismes du marché. en d'autres termes, ce n'est rien d'autre que la querelle du luxe.

1.4 L'artiste, aspects économiques de son activité

Ici, «artiste» signifie toute personne impliquée directement dans une activité de création. Pour l'économiste, il est intéressant d'étudier les spécificité de ce marché du travail.

Il faut commencer par définir, à des fins d'étude empirique, ce qu'est un artiste. En 1982, l'UNESCO tenta de produire une définition pour son propre usage. Il fut décidé qu'était un artiste toute personne qui avait une volonté de dédier sa vie à l'art, ce qui en fait une définition très générale, dans la

mesure où il suffit d'avoir l'intention d'être un artiste pour être compté comme tel. Cette définition donne droit à l'universalité de la vocation artistique. C'est une noble intention, mais cette définition est inutilisable en termes de recherche.

La définition de l'artiste s'est donc déplacée vers la notion de l'artiste comme un professionnel de l'art. Cela pose d'autres problèmes. Les enquêtes sur l'activité se fondent en effet sur l'activité de la semaine précédant l'enquête. Or, de nombreux artistes ont des activités très irrégulières, et sont donc mal recensés. Les artistes à temps partiel échappent ainsi à l'enregistrement. L'artiste professionnel peut ainsi vivre sur de longues périodes sans revenu issu de ses activités artistiques, à l'image d'un écrivain engagé dans la rédaction d'un long roman. David Throsby a choisi d'utiliser un jeu de critères :

- la nature des revenus ;
- la nature de la formation ;
- l'utilisation faite du temps de travail et du temps libre de la personne ;
- la qualité de la production telle qu'estimée par la personne elle-même (pense-t-elle que son travail pourrait être accepté par les professionnels ?).

La question suivante est alors de savoir ce qui différencie ces travailleurs des autres, déterminant un marché du travail particulier. Cette question est assez similaire à celle des biens culturels. Les artistes, en effet, ne réagissent pas de la même manière que les autres travailleurs aux incitations économiques. Dans la théorie standard, les travailleurs sont incités par la rémunération. Ils travaillent pour optimiser l'utilisation de leur temps libre. La théorie standard différencie ainsi le travail, qui ne produit que de l'argent, et le temps libre, qui ne produit que de l'utilité. Seulement, les artistes semblent avoir une préférence pour le travail, dans la mesure où leur travail leur procure aussi de l'utilité. Dans une large mesure, le plus ils travaillent, le mieux ils s'en trouvent. Le problème est souvent que leur travail artistique ne produit pas assez d'argent. Ils ont donc un arbitrage à réaliser entre leur travail artistique et un autre travail. On modélise cela par un seuil de rémunération minimal à atteindre pour subsister. Ce modèle peut aussi s'appliquer aux scientifiques ou aux enseignants.

Un environnement économique florissant favorise souvent les arts. L'activité artistiques est très sen-

sible à l'activité générale. L'essor des impressionnistes est lié à l'émergence de la classe moyenne industrielle capitaliste. Souvent, ces situations génèrent en effet des revenus destinés aux artistes en tant que tels. Les artistes vont répondre à une augmentation de revenu en fonction de sa nature. Par exemple, si leur activité alternative devient mieux rémunérée, ils vont lui consacrer moins de temps, à la fois parce qu'ils atteignent plus vite le seuil de subsistance et parce qu'ils anticipent une augmentation de la demande.

2 Deuxième partie : 27 Février 2001

2.1 Le marché de l'art

Par «marché de l'art», on entend ici le marché des œuvres d'art, peinture, sculpture, etc. De nombreux travaux ont porté sur ce marché, qui ont mis en évidence des caractéristiques propres à ce marché :

- Les produits sont fabriqués par des individus ;
- Chaque unité est unique et originale ;
- L'offre des objets est fixe (en particulier si l'artiste est mort).

Ces caractéristiques font des œuvres d'art un bien marchand très particulier. En effet, ce sont à la fois :

- Des biens privés en tant qu'ils procurent des bénéfices privés à leurs acquéreurs (qui peuvent avoir le plaisir de les avoir dans leur salon ;
- Des biens publics car ils appartiennent au patrimoine culturel général ;
- Des actifs financiers en tant qu'ils peuvent être des objets de spéculation.

De ce fait, il faut savoir distinguer la demande à des fins de consommation (décoration) de la demande à des fins spéculatives. Dès lors, la question est de savoir quelle est l'influence de la réputation d'un artiste sur les deux côtés de la demande. Les facteurs de la demande sont en effet complexes, mêlant goût esthétique et anticipations sur la reconnaissance future de l'artiste. Dans la pratique cependant, les économistes ne sont pas à l'aise avec un concept aussi vague que la réputation. Mais les prix, les revenus et l'influence sur les écoles de peinture peuvent être plus facilement appréhendés.

D'autre part, le marché de l'art lui-même a fait l'objet de savantes études économétriques. D'après celles-ci, on peut modéliser ce marché par trois strates :

- Le marché local, très dispersé, formé par les galeries d'art, les foires, etc. C'est le lieu d'une intense compétition, prix bas et d'artistes peu connus.
- La strate intermédiaire, beaucoup plus concentrée car formée des marchés des principaux centres artistiques (New York, Paris, Londres, Tokyo essentiellement). C'est l'objectif des acteurs des marchés locaux. Il comprend beaucoup moins d'artistes, et présente une structure déséquilibrée, les artistes, marchands et galeries ayant souvent beaucoup plus d'informations sur la qualité de l'artiste que les consommateurs. C'est donc un marché à information asymétrique, le biais pouvant jouer en faveur de l'artiste ou de la galerie en fonction du type de contrat qui les unit.
- Le marché international attire le plus l'attention du fait des prix très élevés. Il est contrôlé par les grandes maisons d'enchères (Christie's, Sotheby's, Phillips, etc.). Très sensible aux manipulations, ce n'est en aucun cas un marché parfait.

La structure du marché élucidée, le problème est maintenant celui de la formation du prix. La question qui a surtout attiré les économistes était de savoir si les rendements étaient plus élevés. La réponse semble être qu'ils tendent au contraire à être inférieurs à ceux du marché des titres. En règle générale, le marché de l'art est hautement imprédictible. Cependant, la différence dans les rendements peut s'expliquer : il s'agit du prix que le détenteur de l'œuvre paye pour la consommer tant qu'il en est le propriétaire, car on peut détenir une œuvre d'art comme un investissement et en profiter en même temps. Néanmoins, l'économiste bute sur les facteurs qualitatifs, souvent inexplicables : on en revient au problème de la réputation des artistes, objet de modes auxquelles sont aussi bien soumis les critiques, qui ne peuvent donc servir de guides objectifs.

Q : En ce qui concerne les placements en œuvres d'art, les économistes ont surtout travaillé sur le long terme. À court terme, il semblerait qu'on puisse observer des rendements très élevés.

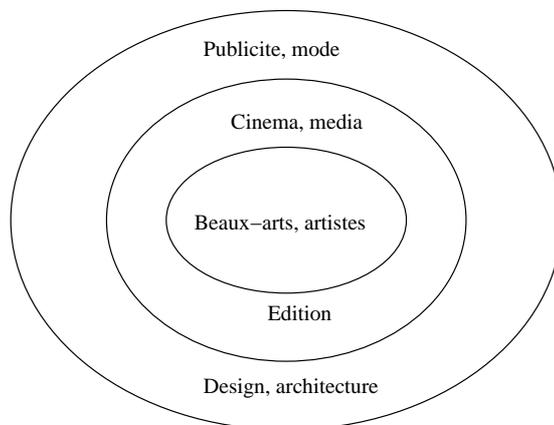


FIG. 1 – Structure des industries culturelles

R : Sur le marché de l'art, les facteurs de variation sont imprédictibles, surtout que le marché peut être influencé par la bonne promotion d'un artiste. Certains acteurs peuvent ainsi bénéficier de rentes de situation du fait de leur capacité à faire et à défaire la valeur d'un artiste.

Q : Quand le prix d'une œuvre baisse, peut-on dire que la valeur esthétique diminue ?

R : En général, on préfère penser que c'est la valeur spéculative qui diminue, du moins qui diminue plus vite que la valeur esthétique.

2.2 Les industries culturelles

Les industries culturelles posent les mêmes problèmes de définition que les autres industries : comment définir une industrie créative ? En fait, la question pertinente se pose en amont : est-il raisonnable d'appeler l'art une industrie ? Un certain nombre d'artistes n'aiment pas ce terme, l'art étant pour eux une passion, non un type de production de biens marchands. Pourtant, en tant qu'économiste, on peut étudier le marché de l'art sans porter de jugement sur la nature marchande ou non de l'art. Il y a une demande, une offre, une production et un marché. On peut donc légitimement parler d'une industrie sans pour autant assimiler les biens artistiques aux autres biens. La question est donc bien de savoir comment l'industrie culturelle s'inscrit dans l'ensemble de l'industrie.

Pour ce faire, on peut considérer un modèle concentrique :

L'artiste créateur est ainsi placé au centre. Au

fur et à mesure que l'on s'éloigne du centre, la proportion de l'élément créatif dans le processus de production diminue. Dans *Creative Industries*, Richard Caves utilise les termes de facteurs créatifs et de facteurs routiniers.

Illustrons cela par des chiffres sur la situation australienne :

Secteur	Part dans la valeur produite	Part dans l'emploi
Arts centraux	6%	24%
Autres industries culturelles	46%	45%
Industries liées à la culture	48%	31%

Dans ce modèle, les arts sont le composant essentiel car les deux autres strates industrielles en dépendent, même si l'art ne représente qu'une faible part de la valeur de la production et une part plus importante de l'emploi. En effet, la culture est un secteur moteur de la nouvelle économie, fondée sur l'information. C'est un secteur dynamique qui peut engendrer de la croissance régionale. On a ainsi l'exemple du musée Guggenheim à Bilbao, qui a participé à la régénération d'une région très touchée par le déclin des industries traditionnelles. Le secteur de la culture génère en effet nombre d'externalités positives, qui permettent l'installation d'équipement hôteliers, de restauration, etc. On peut également souligner que les industries culturelles fournissent l'infrastructure pour l'entrée d'autres industries, en fournissant les services de base de la vie culturelle qui rendent la région attractive pour la main-d'œuvre qualifiée.

Étudions plus précisément un exemple, l'industrie de la musique. Il s'agit tout d'abord d'identifier qui sont les acteurs (*stakeholders*) de cette industrie.

Dans le cas de la peinture, on connaît le schéma suivant (Fig 2) :

Pour la musique, les acteurs sont :

- Les artistes : musiciens, compositeurs, interprètes ;
- Les agents : impresarios, etc. ;
- Les éditeurs ;
- Les compagnies de disque ;
- Ceux pour qui la musique est un bien intermédiaire : industrie du film, etc. ;

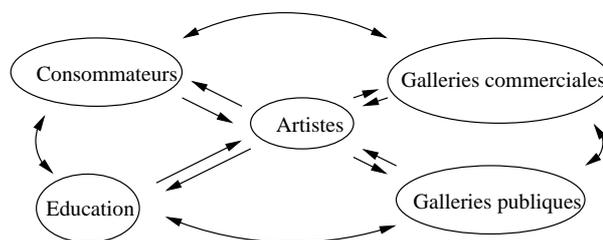


FIG. 2 – Les acteurs de l'industrie des arts plastiques

- Les consommateurs finaux.

La multiplicité des acteurs met en lumière le problème central des droits d'auteur (*Copyright*), car les droits constituent des flux de revenus importants, alors que la musique peut être copiée pour un coût très faible. C'est une industrie qui fonctionne par l'achat et la vente de droits, qui garantissent à la fois les revenus des auteurs et l'accès des consommateurs à leur production (car une entreprise n'a pas intérêt à ne pas publier un auteur dont elle a acheté les droits).

Au niveau international, cette industrie a trois composantes principales :

- Les industries d'édition musicale : c'est le moyen par lequel les compositeurs et interprètes voient leur production diffusée. Ce secteur est dominé par une poignée d'entreprises, dont deux sont nettement plus grosses que les autres. Ce sont donc des acteurs très puissants.
- L'industrie de l'enregistrement : consomme de la musique éditée et la diffuse. C'est une industrie dominée par quelques très grandes entreprises (Sony, Emi, Polygram) qui représentent 80% du marché, et aux franges on trouve une galaxie d'indépendants spécialisés dans un type particulier de musique.
- Les sociétés d'auteurs, qui jouent un rôle de régulation dans le commerce des droits.

Dans ce jeu, les changements technologiques ont un impact rapide et important. En 1986, le CD représentait 6% des ventes, 50% en 1996, et il voit maintenant sa part s'éroder au profit de nouveaux formats (DVD, MP3, etc.).

Dès lors, le problème essentiel pour cette industrie est la lutte contre le piratage, principalement *via* Internet ou les pays d'Asie du Sud-Est. Ainsi s'explique la pression qu'exerce l'OMC sur certains

pays pour qu'ils mettent en œuvre une législation protégeant les droits d'auteur.

2.3 Culture et développement

Filons l'exemple de la musique. La musique populaire est certes un élément central de la vie culturelle. Mais c'est aussi pour de jeunes interprètes un moyen d'intégrer l'économie monétaire dans les pays pauvres.

Dans un premier temps, la musique peut être considérée comme une forme de capital culturel (pas au sens de P. Bourdieu) en tant que moyen de stockage et de transmission de valeur culturelle. Pour une définition plus précise, voir *supra*.

Dans un deuxième temps, la musique peut être considérée en termes économiques simplement comme un bien marchand, et donc un moyen de développement économique propre.

Un genre musical appartenant à un lieu particulier et qui attire l'attention des éditeurs peut renforcer l'économie locale. Mais ce qui arrive inévitablement, c'est que l'industrie mondiale a un impact sur ces productions locales. En premier lieu, elle affecte les goûts de la population locale, modifiant la structure de la demande, ce qui peut menacer l'expression de la musique locale. En second lieu, quand les entreprises locales ont atteint une taille critique, elles tendent à se faire absorber par des groupes internationaux. C'est ainsi que le flux d'innovation musicale semble aujourd'hui aller des pays pauvres vers les pays riches, les premiers n'en tirant aucun dividende. Un exemple caractéristique est la Salsa, originaire des Caraïbes. C'est une processus très inégal du fait de la taille et de la puissance des groupes internationaux. Néanmoins, cela n'arrive pas toujours, et les musiques locales sont toujours jouées, mais ne constituent plus qu'une maigre part du paysage musical d'ensemble.

Q : Le succès de *Buena Vista Social Club* fut présenté comme une redécouverte de la musique cubaine. Est-ce vrai, ou est-ce une immense hypocrisie ? R : C'est un bon exemple de la récupération d'une musique locale. Mais il est probable que la musique de ces gens-là, ne serait-ce que du fait de leur âge, ne s'est pas affaïdi avec le succès. Ils continuent simplement à jouer comme ils l'ont toujours fait, contrairement à nombre d'autres artistes de la «world music». Par exemple, le rai a perdu sa fonction de contestation politique pour devenir un

genre de musique commerciale.

Q : La vitesse à laquelle on peut assimiler une innovation musicale semble limiter la portée des droits d'auteur, surtout quand on ne sait pas à qui les attribuer, comme dans le cas de la musique populaire. Faudrait-il envisager de pouvoir breveter le patrimoine culturel d'une communauté ?

R : C'est une idée intéressante, dans la mesure où le capital culturel génère à la fois des droits et des revenus. Mais cette question ne semble pas avoir fait l'objet de recherches approfondies.

2.4 Le patrimoine culturel

Les décisions de préservation du patrimoine sont traditionnellement du domaine des historiens de l'art, curateurs, conservateurs de musées, etc. Ces experts apprécient peu l'intrusion de l'économiste dont ils pensent qu'il n'a rien à dire sur les enjeux symboliques de la préservation. Pourtant, dans la mesure où les décisions de préservation mettent en jeu des ressources importantes, l'économiste a son mot à dire. En effet :

- L'économie est centrée autour des problèmes d'arbitrage quand les ressources sont rares, or on ne peut préserver tout ce que nous lègue le passé.
- Les techniques de préservation sont coûteuses, et ces ressources pourraient être utilisées pour d'autres emplois. Cette question de l'allocation des ressources est familière à l'économie.
- Les consommateurs de patrimoine culturel ont des préférences propres, qui ne sont pas forcément celles des experts qui détiennent le pouvoir de décision. Certes, dans la mesure où ces derniers sont mieux informés, les consommateurs peuvent désirer leur laisser le choix de quoi préserver. Mais en tant que contribuables, les consommateurs ont leur mot à dire sur la façon dont sont utilisés leurs impôts.
- Une large part des bénéfices de la préservation du patrimoine est versée sous la forme de biens publics, or les économistes ont étudié les solutions au fait que le marché en prenne pas en compte de telles externalités. Les externalités positives du patrimoine peuvent s'étendre très largement. Certains des édifices classés au Patrimoine mondial par l'UNESCO ont une notoriété mondiale, et le bénéfice de leur existence profite virtuellement à tous. Mais com-

ment faire contribuer tout le monde à l'entretien de ces édifices ?

Mais souvent, quand l'économiste intervient, les autres experts peuvent qu'il va tout ramener à des considérations financières. Tel ne doit pourtant pas être le cas.

Si les économistes veulent pouvoir discuter avec les experts de la culture, il faut définir un terrain d'entente. Le concept qui émerge actuellement comme tel est celui de capital culturel. En économie, le capital s'entend en un sens particulier. Le capital physique est formé des machines servant à produire des biens. Le capital humain est un capital inclus dans les personnes. On définit également un capital naturel, formé de l'ensemble des ressources disponibles dans l'écosystème. Ceci posé, on peut parfaitement définir le capital culturel comme l'ensemble des actifs culturels. On peut ainsi distinguer un capital culturel tangible (monuments historiques, œuvres d'art, etc.). Ce sont des biens qui ont nécessité temps et ressources pour leur production, qui peuvent faire l'objet d'investissements productifs (la gare d'Orsay transformée en musée, reproduction de peintures, source d'inspiration). À ce titre, le capital culturel peut être un input dans une fonction de production comme n'importe quel autre bien capital. La question est bien de savoir ce qui différencie exactement ce capital des autres types de biens capitaux. On en revient à la question de la valeur culturelle, qui sera bientôt traitée. Mais il faut d'abord définir le capital culturel intangible : coutumes, traditions, valeurs d'une groupe humain donné. C'est le stock de caractéristiques dont chacun hérite en tant que membre d'un groupe particulier. La musique et la littérature se rangent dans cette catégorie.

On peut maintenant définir à quels types de valeurs ce capital donne naissance. Il y a d'abord une valeur économique :

- Valeur d'usage, par l'utilisation directe du patrimoine, le prix des visites des bâtiments historiques pouvant servir d'indicateur du bénéfice tiré par les visiteurs ;
- la valeur passive (de non-usage), qui procède de :
 - la valeur d'existence, qui la valeur que nous attribuons à un élément de patrimoine du seul fait de son existence, même si nous ne pensons ne jamais aller le voir : les Bouddhas

monumentaux détruits par les talibans, par exemple ;

- la valeur d'option, qui est la valeur que nous attribuons à la possibilité d'aller le visiter un jour ;
- la valeur de legs (*bequest value*) qui mesure notre volonté de préserver l'élément pour les générations futures.

Ces valeurs dérivent de considérations très variées de la part des individus, mais ces différents composants vont déterminer la valeur du bien. On pourrait certes reproduire ce que l'on a fait à propos des arts : demander aux gens combien ils sont prêt à investir dans la préservation du patrimoine, mais on ne pourrait distinguer les motifs. D'ailleurs, si certains économistes pensent que cette valeur forme le tout de la valeur d'un bien culturel, cela ne va pas de soi. C'est même une représentation très incomplète de la valeur d'un bien culturel.

En effet, ceux-ci ont également une valeur proprement culturelle qui procède d'un autre discours : valeur esthétique, historique, sociale, spirituelle, etc. Le problème est qu'on ne dispose pas pour mesure cette valeur de l'étalon extraordinaire qu'est la valeur monétaire. Demander à quelqu'un à combien il évalue son identité nationale n'a pas de sens. De plus, un grand nombre de biens culturels bénéficient à la communauté dans son ensemble sans bénéficier directement à l'individu, comme les valeurs d'un groupe. C'est même là une caractéristique essentielle de la valeur culturelle que de renvoyer d'abord au groupe. Mais là, on sort du cadre de l'individualisme méthodologique un peu étroit de certains économistes. Outre le fait que les mesures de la valeur économique sont très imparfaites, il faut donc dans les opérations sur le patrimoine prendre en compte la valeur proprement culturelle des biens.

Le problème est alors de mesurer cette valeur culturelle. On ne peut certes pas la ramener à des termes monétaires, mais on peut faire l'analogie avec l'analyse du capital culturel. Dans l'économie de l'environnement, le concept-clef est celui de soutenabilité (*sustainability*). On peut l'importer dans le champ de l'économie de la culture : le capital culturel devrait être géré de manière à le préserver pour les générations futures, en prenant en compte à la fois la valeur économique et la soutenabilité de la valeur culturelle à long terme.

On peut ainsi parler de soutenabilité du patrimoine tangible et intangible, comme l'on parle de

la soutenabilité (viabilité?) d'un écosystème, écosystème qui supporte l'économie réelle (c'est là la grande percée des années 1980 et 1990). De même que pour les écosystèmes, l'héritage culturel est une fondation (condition nécessaire) de l'économie réelle (là certains économistes commencent à grimper aux rideaux).

Q : Quelle distinction faites-vous entre la soutenabilité et la valeur de legs ?

R : La valeur de legs ne porte que sur la préservation du patrimoine. La soutenabilité est un concept bien plus large, qui à trait autant à la gestion des actifs pour qu'ils produisent des bénéfices présents et futurs qu'à la simple préservation. Certaines personnes refusent cette perspective, en disant que les générations futures prendront soin d'elles-mêmes en parvenant à des solutions technologiques aux problèmes de préservation qui se poseront à elles. En général, cet argument cache un refus de la base éthique de la notion de soutenabilité des systèmes.

Q : Quelle est la différence entre le capital culturel et le patrimoine ?

R : Le capital culturel est un concept servant à interpréter non seulement le patrimoine, mais l'ensemble des actifs culturels. c'est une notion qui porte en elle tous les outils d'analyse du capital développés dans d'autres branches de l'économie.

Q : Vous avez parlé principalement du problème de la préservation. mais n'y a-t-il pas aussi des processus de destruction créatrice du capital culturel ?

R : Si vous adoptez une approche dynamique du capital, le stock à la fin de la période inclut aussi bien les gains que les destructions, dont celles qui ont causé des gains plus importants. En économie, on tend à penser la croissance comme une progression dans l'accumulation. On forge ainsi la notion de développement culturel, avec le problème, très discuté à l'UNESCO, de savoir si cette accumulation passe par un accès plus large à la culture, l'augmentation de la diversité de produits ou la généralisation de l'expression de contenus culturels.

Q : Quand on parle de valeur culturelle, la problématique de la ressource rare est-elle pertinente ?

R : Sans doute oui. Un aspect non évoqué de la valeur culturelle est qu'elle se forme par un processus de transaction, comme la valeur économique. L'artiste fournit à la fois le marché des biens culturels (où se décide la valeur économique de la production) et le marché des contenus culturels, qui décide de la valeur culturelle. Il serait d'ailleurs plus juste

de considérer ces deux éléments comme les deux faces d'un marché dual des produits culturels. La pertinence de l'analyse économique pourrait procéder de cette seule problématique du processus de formation de la valeur. C'est d'ailleurs plus par ce biais que viennent les économistes de la cultures que de la problématique de l'allocation de ressources rares.