

Commission: UNESCO

Sujet : Culture déconfinée : S'adapter au monde d'après

Membre de l'État-major : Maud Genton et Samo Kobe

Position : Présidente



Introduction

The COVID-19 pandemic has affected every aspect of people's lives. While some parts of the world were affected more than others, due to a difference in infection rates, implemented government policies and health infrastructure, the pandemic has left a lasting impact on communities and businesses. The cultural sector has been hit particularly hard over the last year and a half: museums forced to close, some never to open again, festivals cancelled, tourism prohibited, and music releases postponed. Therefore, it is imperative for the international community and UNESCO members to adapt this sector for the post-COVID future. The main content of this report will be split into two parts: the impact of the pandemic on the producers in the cultural sector (museums, artists etc.) and the consumers. The former will be further split into subsections concerning its importance pre-COVID, measures put in place during the first set of lockdowns and its consequences. The latter will focus on the struggles faced by consumers to access different mediums of culture, as well as its relation to education. Both parts also discuss the future of culture in their respected fields.

Key terms

Consumer (*consommateurs*): A consumer of culture is a person who purchases and/or takes part in any medium of culture for personal use. These include attendees at a music festival, museum visitors, art collectors etc.

Producer (*producteurs*): A producer of culture is a person, institution, company, or country that creates, restores, or organises various mediums of culture for consumption. These include public and private museums, artists, musicians and festival organisers.

Small and medium-sized enterprises (*petites et moyennes entreprises*): These are non-subsidary and independent firms which employ fewer than a given number of employees. Small enterprises usually contain fewer than 50 employees. The most frequent upper employee limit for SMEs is 250, such is the case in the European Union. However, some countries set the limit at 200 employees, while the United States of America includes any firm under 500 employees as an SME.

Digital tools and platforms (*outils et plateformes numériques*): Digital tools and platforms are websites, programs, and other online resources used to connect tasks and make them easier to complete. In the context of this report, digital tools have helped the producers of culture to continue their job, connecting with the consumers.

Partie 1 – Le point de vue des « producteurs » de culture

A. L'importance de la culture

Dans ce contexte de crise du COVID-19 depuis décembre 2019, chacun se tourne vers la culture comme source de réconfort, de bien-être et d'échanges, mais au fur et à mesure des restrictions imposées par divers gouvernements dans divers pays, le secteur culturel est un des premiers secteurs impactés par la crise. Toutefois, il risque de ne pas être prioritaire dans les mesures d'aide d'urgence. En effet, l'importance de la culture semble partiellement ignorée ; bien que nous sachions que le secteur culturel représente environ 2,250 milliards de dollars US annuels et 30 millions d'emplois à l'échelle mondiale selon le rapport Cultural times (UNESCO, 2015), il y aura, en 2020, une perte de 2,1 milliards de dollars US du PIB à l'échelle mondiale. Au-delà de l'importance économique, les arts et la culture contribuent de façon significative à la vitalité des sociétés et à leur maintien, et permettent aux différents groupes sociaux d'exprimer leur identité, contribuant ainsi à la cohésion sociale et aux échanges interculturels.

B. Les mesures prises lors du premier confinement

Après que 95% des pays dans le monde ont partiellement ou totalement fermé leurs musées au public, que 96 % de l'ensemble des destinations mondiales ont introduit des restrictions de mobilité totales ou partielles depuis la fin du mois de janvier 2020, ou encore que 128 pays ont fermé l'ensemble de leurs institutions culturelles lors du premier confinement en mars 2020, la situation sanitaire ne semble pas être bénéfique au secteur culturel, bien au contraire. Cette situation affecte en premier lieu les artistes et leurs modes de production ; concerts annulés, festivals repoussés, lancement d'albums décalés, production audiovisuelle suspendue et cinémas fermés – ces répercussions en chaîne ont un impact dévastateur sur les ressources des artistes et professionnels. C'est pourquoi la plupart des gouvernements, du moins dans les pays développés, ont engagé des mesures globales d'appui à l'économie nationale, en particulier à l'attention des petites et moyennes entreprises ou des entrepreneurs individuels, qui sont particulièrement affectés.

Comme pour de nombreux autres événements, les mesures de confinement ont interrompu les célébrations autour du patrimoine vivant dans nombreuses régions. En Asie, par exemple, avec la fête du Norouz, ou encore avec les célébrations bouddhistes de Vesak. Les carnivals en Amérique latine et dans les Caraïbes, et d'innombrables festivals et manifestations culturelles à travers le monde, eux aussi, ont été annulés...



Les cinémas fermés pendant le confinement



Le Carnaval de Rio, repoussé à cause de la pandémie

C. Réponses sociales, économiques, financières...

Les réponses en matière d'aides et de soutien à ces secteurs déjà précaires avant la crise sanitaire, ont été très variables selon les pays. En Égypte, par exemple, le ministère de la culture a été formé aux outils numériques pour faciliter la gestion en ligne de la culture, ce qui permettrait aux « producteurs de culture » de continuer à travailler, ou au moins partiellement, à distance. Certains artistes, ou autres « producteurs de culture » essaient de trouver d'autres moyens d'accès à la culture malgré la crise sanitaire. En Chine, par exemple, le ministère de la culture a créé une plateforme numérique et une application smartphone, pour rassembler les visites virtuelles des musées. Ou encore en Iran, où le ministère de la culture a lancé la plateforme numérique « 13 musées en 13 jours »...

On le sait, la pandémie du COVID-19 provoque un ralentissement économique qui renforce la vulnérabilité des professionnels de la culture. Même les pays disposant d'un système de sécurité sociale prenant en charge les artistes et professionnels culturels font état des difficultés. L'impact économique de la crise précède même l'impact sanitaire. La précarité du travail des artistes a également été mise en évidence par la crise. Par exemple, en Irlande, le Conseil des arts a annoncé cette semaine que parmi les artistes consultés, 9 sur 10 ont subi l'impact de la pandémie, la moitié d'entre eux ayant fait appel à l'aide d'urgence du gouvernement. D'autre part, en Éthiopie, une enquête faite par l'Association pour la musique a démontré qu'environ 90 % des musiciens travaillent à titre privé, sans recevoir de salaire. Aux alentours du Costa Rica, où la majorité du secteur culturel s'inscrit dans l'économie informelle, une enquête récente du gouvernement estime que 12,3 % des professionnels culturels consultés vivent dans des conditions de pauvreté ou d'extrême pauvreté, ce qui les expose encore plus aux impacts sanitaires de la pandémie...

Au final, la situation financière du secteur de la culture est sûrement la plus préoccupante. Pour faire face à la perte financière du secteur culturel, certains pays ont mis en place des fonds d'appui global, soit par l'intermédiaire de leur ministère de la culture, soit par des agences culturelles spécialisées. Par exemple, le Chili et la Tunisie ont contribué à hauteur de 17 millions de dollars US, la Colombie 29 millions, la Norvège 28,4 millions ou encore Singapour avec 1,1 million. D'autres nations ont contribué à des sous-secteurs de la culture plus spécifiques, comme l'Italie qui a soutenu les secteurs des arts du spectacle et de l'audiovisuel à hauteur de 146 millions de dollars US, la France, aussi, qui elle a soutenu la musique, le livre, les arts visuels et les organismes culturels régionaux avec 18,8 millions. En Chine, des fonds ont également été constitués au niveau régional : le gouvernement de la province du Guangdong accorde 56 millions en faveur des entreprises culturelles et touristiques et 7 millions pour soutenir les 1325 salles de cinéma touchées par la crise, sous la forme d'une exemption fiscale, c'est-à-dire une suppression des taxes.

Pour faire face à la perte financière du secteur culturel, de nombreux États du Nord, qui ont les moyens de s'endetter tout en faisant face à la crise sanitaire, même au bénéfice d'un secteur « non prioritaire », celui de la culture, ont pu mettre en place une sorte de sécurité sociale spéciale pour les « producteurs » de culture. L'Irlande, la Pologne, la Suisse, la France, le Luxembourg, l'Espagne, l'Allemagne, le Mexique, la Nouvelle-Zélande ou la Corée du Sud sont notamment dans ce cas.

Défilé à Séville en tenue de deuil, le 28 octobre 2020, organisé par le secteur de la mode flamenca. Avec une situation critique liée à la crise sanitaire et à ses conséquences culturelles.

Crédits : Raul Caro / EPA / Newscom - Maxppp



D. L'avenir de la culture

Malgré les quelques solutions trouvées pour survivre à la crise, le monde de la culture risque d'être affecté pour longtemps par celle-ci. Avec l'utilisation plus répandue des plateformes technologiques, la défense du droit d'auteur reste un défi important. Trop peu de gens, par exemple, acceptent de payer pour regarder un spectacle en ligne.

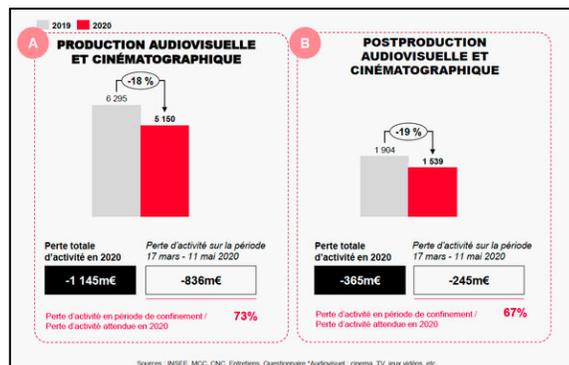
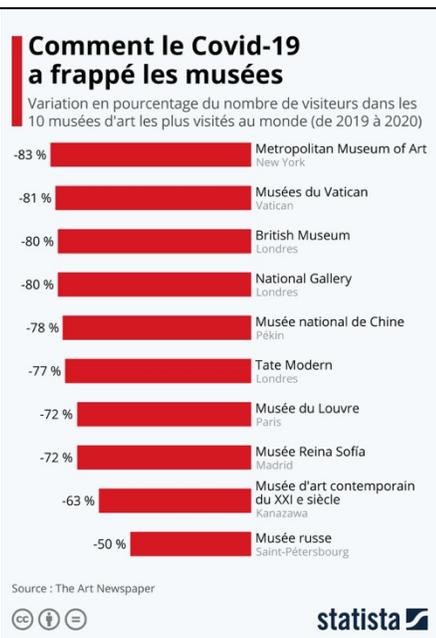


Le jardin du presbytère de Nuenen au printemps, de Vincent Van Gogh, mai 1884

Pendant la pandémie, les musées ont été particulièrement fragilisées et exposées au vol à cause de la réduction du personnel dédié à la sécurité. Ainsi, le 30 mars 2020, au musée Singer Laren des Pays-Bas, le tableau de Van Gogh, « Le jardin du presbytère de Nuenen au printemps », a été dérobé.

Alors quel futur pour les « producteurs » de culture ? Comment la culture se remettra-t-elle de ce choc, cette crise ? Sur le long terme, si le secteur culturel pourrait s'adapter plus facilement au « monde d'après » comparé à d'autres secteurs, de nombreuses initiatives restent à explorer, notamment la mise en place d'une chaîne de rémunération des artistes. Des initiatives en matière de coopération internationale devraient être mises en place. Pour s'adapter aux nouvelles habitudes culturelles, il faudrait aussi faire évoluer les modes d'organisation du travail. Même si la culture peut se relever de cette crise, cet « après » ne pourra jamais redevenir comme « avant ». Il y aura un impact au très long terme sur le secteur de la culture. En effet, selon deux études récentes de l'UNESCO et de l'ICOM, près de 90 % des musées sont fermés et 13% pourraient ne jamais rouvrir... ou encore, selon une récente enquête menée par le journal *The Art Newspaper* et l'université de Maastricht, environ un tiers des galeries et des marchands d'art indépendants dans le monde sont susceptibles de ne pas se relever par la suite de la crise...

Pour autant, la pandémie ne pourrait-elle pas avoir des effets bénéfiques pour la culture ? Une hypothèse qui pourrait paraître absurde au regard de toutes les pertes financières, de travail, les vols, les fermetures, la pauvreté... Mais nous savons que, auparavant, les grandes crises dans l'histoire ont souvent stimulé la renaissance de la culture et l'explosion de nouvelles formes de créativité, vitales pour le progrès humain.



Partie 2 – Le point de vue des « consommateurs » de culture

A. Contenu culturel et pandémie

Dès les débuts de la crise et même avant, beaucoup se sont tournés vers la culture comme source de réconfort, de bien-être et d'échanges... en effet, bien qu'elle soit importante économiquement, les arts et la culture contribuent de façon significative à la vitalité des sociétés et à leur maintien, et permettent aux différents groupes sociaux d'exprimer leur identité, contribuant ainsi à la cohésion sociale et aux échanges interculturels.

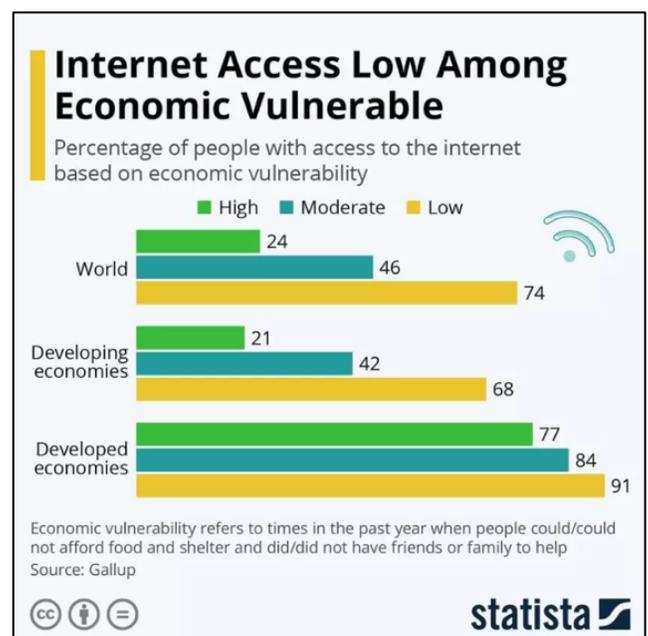
Bien que beaucoup de personnes n'y aient pas accès, y compris en Europe, où le taux d'accès aux produits numériques est plus haut, 40 % des musées ont enregistré une augmentation des visites en ligne. Par exemple, 400 000 connexions se faisaient par jour sur le site du Louvre, une moyenne multipliée par quatre depuis la période pré-COVID. La pandémie du COVID-19 a suscité une augmentation immense de la culture en ligne, avec bien souvent une préparation insuffisante. Pour assurer la continuité de l'accès à la culture pendant la pandémie, de nombreux musées, galeries ou bibliothèques ouvrent métaphoriquement leurs portes au travers de visites virtuelles et de l'accès renforcé aux livres numériques. Les opéras, les théâtres ou les salles de concert diffusent des spectacles en ligne, tandis que des artistes vont à la rencontre de leur public depuis leur salon au travers des réseaux sociaux. De nombreux États membres de l'UNESCO ont également engagé des initiatives numériques, notamment par le biais de plateformes destinées à faire converger l'offre en ligne proposée par différentes institutions culturelles dans leurs pays.



B. Culture et fracture numérique

En effet, la pandémie a révélé le pouvoir de la culture pour rassembler les communautés en période de crise, à travers l'essai de la sauvegarde du patrimoine vivant, la diffusion en ligne d'une multiplicité de films, concerts et autres expressions du spectacle vivant, ou encore l'opportunité de réaliser des visites virtuelles des sites du patrimoine mondial à l'autre bout du monde, la crise a contribué à renforcer l'appréciation de la diversité culturelle.

Mais ceci n'est pas été à la portée de tous, de nombreuses régions du monde ne proposant pas une offre culturelle en ligne. En effet, l'accès à ces matériaux culturels à des fins éducatives reste inégal dans toutes les régions du monde, notamment en Afrique et dans les États arabes, ce qui crée donc, au plein milieu d'une crise sanitaire qui divise déjà des classes sociales au niveau sanitaire, une division sociale entre « consommateurs » de biens culturels. On estime que 3,6 milliards de personnes demeurent totalement hors ligne, notamment dans les pays en développement. Dans certains pays, le taux d'accès au numérique ne dépasse pas 35%, ce qui veut dire que 2 personnes sur 3 n'ont pas accès aux contenus en ligne...



C. Éducation et culture

Depuis les débuts de la pandémie et les premiers confinements, les élèves sont devenus consommateurs ou producteurs de culture à travers leurs études. En effet, les arts et la culture se sont révélés comme un moyen particulièrement efficace pour inciter les étudiants à continuer un apprentissage à domicile. Plusieurs écoles ont adapté leurs programmes éducatifs, tandis que les institutions culturelles telles que les galeries, les musées et les théâtres ont rapidement procédé à la réalisation de supports pédagogiques et à leur mise en ligne.

L'éducation artistique s'est révélée contribuer au bien-être socio-émotionnel et améliorer les résultats de l'apprentissage. Cela au travers de l'éducation artistique – en enseignant des disciplines artistiques spécialisées, mais aussi en enseignant l'histoire de l'art qui nous renvoie à notre patrimoine historique et culturel et développe notre appréciation de la diversité culturelle – ou encore au travers de l'éducation par les arts – en utilisant les arts comme outil pédagogique pour l'enseignement d'autres disciplines. Par exemple, 572 enfants de 55 pays ont répondu à un appel international dans le cadre de l'Exposition des petits artistes de l'UNESCO.

L'Organisation a invité les enfants (âgés de 6 à 12 ans) à envoyer leur dessin représentant un site du patrimoine mondial de l'UNESCO qui leur tient particulièrement à cœur. Les dessins reçus représentent 154 biens du patrimoine mondial.



D. L'avenir de la culture

A propos de cet inégal accès à la culture accentué par la pandémie de Covid-19, on peut souligner que, à l'échelle internationale, l'utilisation d'Internet – pour l'accès à la culture, la vente de biens culturels ou la poursuite d'expressions créatives et de pratiques du patrimoine vivant – reflète clairement ces inégalités. Dans de nombreuses régions du monde, l'utilisation des plateformes numériques a connu une croissance exponentielle suite aux mesures de restrictions de mobilité destinées à lutter contre le virus. Mais l'accès aux technologies numériques demeure très inégal. Selon la Commission Broadband, 46 % de la population mondiale n'a pas accès à Internet. La population concernée, estimée à 3,6 milliards de personnes, est concentrée en majorité dans les pays en développement... mais comment faire face à ses inégalités qui, en temps normal, aurait accès au minimum à certaines formes de biens culturels. C'est un défi très compliqué à affronter. En plus des inégalités pour les consommateurs, ces alternatives en ligne pourraient également, comme l'ont souligné les participants du débat ResiliArt, lancer le signal contradictoire que les contenus culturels devraient être gratuits à terme, ce qui ouvre un autre débat vis-à-vis des consommateurs et des producteurs, et nécessite d'inventer un modèle économique viable pour les artistes et distributeurs de biens culturels.

Un autre problème est celui de la confiance que les consommateurs accordent aux lieux culturels. Par exemple, une étude réalisée au Royaume-Uni par la *Association of Leading Visitors Attractions* montre qu'il faudra 5 à 6 mois avant d'observer une augmentation du nombre de visiteurs, et que celui-ci pourrait ne jamais revenir au niveau d'avant la pandémie. Une autre étude réalisée par IMPACTS Recherche & Développement, aux États-Unis, montre que seule 1 personne sur 4 se sentirait davantage à l'aise dans un musée ou une galerie dont le programme ou les infrastructures auraient été adaptés pour renforcer les mesures d'hygiène, alors que 1 personne sur 7 le serait dans une salle de théâtre, de cinéma ou de concert, même si des précautions similaires étaient mises en place. Ces statistiques sont donc inquiétantes ; la culture ne retrouvera-t-elle jamais son public pré-COVID ? Pour conclure, l'impact sur la culture vis-à-vis des consommateurs sera long. Très long. Alors comment s'adapter ?...

Pays et organisations concernés / Countries and organisations concerned

With every UNESCO member state concerned, including multiple examples in the report, only key organisations will be addressed here.

ICOM: The International Council of Museums is a non-governmental organization and consultant of UNESCO. As the name suggests, their purpose is to ensure the conservation, continuation, and communication to society of the world's natural and cultural heritage. The consultancy with UNESCO dates back to 1970, when member countries signed the Convention on the Means of Prohibiting and Preventing the Illicit Import, Export and Transfer of Ownership of Cultural Property, which remains a top priority at ICOM to this day.

IFCD: Established under article 18 of the 2005 Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions, the International Fund for Cultural Diversity supports various projects aimed at creating and/or developing policies and strategies that protect and promote the diversity of cultural expression. Since 2010, they have financed 120 projects in 60 developing countries, a figure which can certainly be increased during and post the COVID-19 pandemic.

The World Bank: An international organization attempting to fight poverty in low- and middle-income countries with financial assistance, advice, and research. Recently, UNESCO and the World Bank have published a [proposition paper](#), featuring a framework guiding cities to develop a sustainable link with culture and creativity.

Sources

<https://fr.unesco.org/covid19>

<https://fr.unesco.org/news/culture-covid-19-impact-reponse>

<https://fr.unesco.org/news/lunesco-defend-nouveau-modele-soutien-au-secteur-culture-post-covid-19>

<https://fr.unesco.org/news/perturbation-resilience-rapports-lunesco-revelent-nouvelles-donnees-limpact-covid-19-culture>

<https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Etudes-et-statistiques/Publications/Collections-de-synthese/Culture-chiffres-2007-2021/L-impact-de-la-crise-du-Covid-19-sur-les-secteurs-culturels>

<https://www.franceculture.fr/societe/la-culture-une-des-victimes-de-la-pandemie-en-europe>

<https://www.franceculture.fr/societe/quel-est-limpact-du-covid-19-sur-leconomie-culturelle-et-creative-en-europe>

<https://fr.statista.com/infographie/24633/impact-covid-19-secteur-arts-et-culture-evolution-nombre-visiteurs-principaux-musees/>

<https://www.afcinema.com/L-impact-de-la-crise-du-Covid-19-sur-les-secteurs-culturels.html>

<https://fr.weforum.org/agenda/2021/01/le-covid-19-a-mis-en-evidence-notre-fracture-numerique-voici-comment-nous-pouvons-la-reduire/>

<https://www.novethic.fr/actualite/economie/isr-rse/covid-19-deux-milliards-pour-aider-le-secteur-de-la-culture-affaibli-par-la-crise-148928.html>

<https://arts.konbini.com/artcontemporain/comment-la-pandemie-a-transforme-les-artistes-en-entrepreneurs>