

**MÉNARD, Marc. *Éléments pour une économie des industries culturelles.***  
**Montréal : Société de développement des entreprises culturelles du**  
**Québec (SODEC), Collection Culture et économie, 2004.**

L'auteur, Marc Bédard, est docteur en économie et étudie l'économie de la culture et les industries culturelles. Chercheur à la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC), il a notamment publié le résultat de recherches concernant respectivement les industries du disque, du spectacle, de la télévision et du livre au Québec.

À travers l'analyse des théories économiques appliquées à la culture et de la nature des biens culturels, l'auteur en révèle la spécificité, due au contenu symbolique de ces derniers; une qualité documentée par plusieurs travaux examinés dans la réflexion sur la diversité des expressions culturelles. L'auteur enrichit cependant cette réflexion en faisant ressortir les caractéristiques économiques spécifiques aux industries culturelles, soit une reproductibilité caractérisée par des rendements d'échelle croissants (plus il y a d'unités produites, plus leur coût de production décroît et plus le profit augmente); par l'importance accordée à la création; par un renouvellement constant de l'offre; par la variabilité et l'imprévisibilité de la demande; ainsi que par l'unicité qui caractérise les biens culturels (fortement différenciés et donc faiblement substituables les uns aux autres, puisque chacun résulte d'un travail créatif propre.)

Ces éléments, conjugués à la structure des différentes filières culturelles (conditions de création, de production, de distribution, de diffusion caractéristiques des filières du livre, du disque, du cinéma et de la télévision, etc.), ont pour résultat que les règles traditionnelles du marché ne permettent pas, dans le cas des industries culturelles, un équilibre « naturel » de l'offre et de la demande. Outre le contenu symbolique unique dont disposent les biens culturels, l'auteur offre ainsi un argument économique en faveur de la nature particulière du produit des industries culturelles (une « marchandise pas comme les autres ») et en faveur d'un traitement distinct de tels produits.

Anne-Marie Robert, M.A.  
Anthropologie