

Arts Research Monitor

www.ArtsResearchMonitor.com

Culture, international trade and foreign policy

In this issue: a focus on international trade and foreign policy, including Hill Strategies' analysis of data from Statistics Canada on international trade in culture goods and services as well as reports on the role of culture in Canadian foreign policy and public diplomacy.

ArtsResearchMonitor.com provides categories, quick links and easy search access to all Arts Research Monitor articles.

Free public distribution is made possible by the Canada Council for the Arts, the Department of Canadian Heritage and the Ontario Arts Council.

Recherches sur les arts

www.SurLesArts.com

La culture, le commerce international et la politique étrangère

Dans ce numéro: un regard sur le commerce international et la politique étrangère, y compris une analyse de Hill Strategies des données de Statistique Canada sur le commerce international de biens et services culturels ainsi que des rapports sur le rôle de la culture dans la politique étrangère et la diplomatie publique du Canada.

[La version française du bulletin suit l'anglais.](#) Pour un accès rapide et un outil de recherche aux différents articles des numéros actuels et antérieurs de Recherches sur les arts, visitez SurLesArts.com. La diffusion gratuite de ce bulletin est possible grâce au soutien du Conseil des Arts du Canada, du ministère du Patrimoine canadien et du Conseil des arts de l'Ontario.



Canada Council
for the Arts

Conseil des Arts
du Canada



Canadian
Heritage

Patrimoine
canadien



ONTARIO ARTS COUNCIL
CONSEIL DES ARTS DE L'ONTARIO

Culture Goods Trade (2006)

Statistics Canada, June 25, 2007

<http://www.statcan.ca/english/freepub/87-007-XIE/87-007-XIE2007001.htm>

Statistics Canada provides raw data annually on trade in culture goods and services. The most recent culture goods trade tables, providing data from 2006, were released in June 2007. Hill Strategies Research has analyzed this raw data for this issue of the *Arts Research Monitor*.

The online resource from Statistics Canada provides a definition of culture goods: “Culture goods include books, magazines, newspapers, postcards, calendars, films, videos, digital videodiscs (DVDs), sheet music, compact discs (CDs), cassettes, vinyl long-playing phonograph records (LPs), paintings (original and reproductions), photographs, sculptures, ornaments and figurines, architectural plans, designs and drawings, advertising materials, museum exhibits, coin and stamp collections, and antiques. Unrecorded media, such as blank CDs, are not included.”

In 2006, total exports of culture goods amounted to \$2.1 billion, a deficit of \$1.8 billion when compared with the \$3.9 billion in imports in that year. The large trade deficit in culture goods has been consistent since 2000.

The largest export sectors for culture goods are publishing (\$788 million in exports) and film and video (\$556 million). Despite the relatively high level of exports, the publishing goods sector experienced a \$2.1 billion trade deficit in 2006. Exports of original Canadian works of visual art totalled \$73 million, while imports of original foreign works equalled \$136 million in 2006.

Between 2000 and 2006, culture goods imports increased by 5%, while exports decreased by 1%. Film products were a leading export growth sector, more than doubling between 2000 and 2006.

Culture goods trade with the United States represents 82% of total culture goods trade, including 90% of exports and 78% of imports. In 2006, Canada had a culture goods trade deficit with the United States of \$1.2 billion.

The United Kingdom is the second largest country for culture goods exports from Canada, representing 2% of exports. The U.K. is followed by France, Germany and China (each accounting for 1% of exports). China is the second largest country for Canadian imports of culture goods, representing 8% of imports. China is followed by France and the United Kingdom (each accounting for 4% of imports).

Culture Services Trade (2005)

Statistics Canada, April 3, 2008

<http://www.statcan.ca/english/freepub/87-213-XIE/87-213-XIE2007000.htm>

Statistics Canada provides raw data annually on trade in culture goods and services. The most recent culture services trade tables, providing data from 2005, have been analyzed by Hill Strategies Research for this issue of the *Arts Research Monitor*.

In 2005, total exports of culture services amounted to \$2.9 billion, slightly higher than the \$2.8 billion in imports in that year. This is only the second time in 10 years that Canada has had a trade surplus in culture services. However, the 2005 trade surplus should be viewed with some caution, since it depends heavily on estimates of trade in film production and distribution services that have a relatively high margin of error.

Other than the film sector, culture services with a trade surplus are advertising services, architecture services and the publishing sector (which had a very small surplus). There are substantial trade deficits in broadcasting and sound recording services.

Over the past 10 years, culture services exports have more than doubled, while culture services imports increased by 92%. Film production and distribution services were a leading growth sector over the 10-year timeframe. It will be interesting to see subsequent estimates of changes in film production and distribution, given the strong Canadian dollar and other mitigating factors.

Culture services trade with the United States represents 81% of total culture services trade, including 73% of exports and 88% of imports. In 2005, Canada had a culture services trade deficit with the United States of \$317 million. Trade with the European Union represents 11% of total culture services trade. In 2005, Canada had a culture services trade surplus of \$191 million with the European Union. Trade with the rest of the world represents 9% of total culture services trade. In 2005, Canada had a culture services trade surplus of \$248 million with the rest of the world.

The Role of the Arts and Culture in Canadian Public Diplomacy

Canadian Conference of the Arts, February 2008

<http://www.ccarts.ca/en/events/SYMPOSIUM2007EN.htm>

This report provides an overview of discussions at a November 2007 conference on culture and public diplomacy. The report states that the “arts and culture play a central role in the diplomatic strategies of numerous countries, which see the presentation of their culture abroad as a chance to tell the world who they are and to create a positive image useful in pursuing their goals”.

The key points in the conference summary include “the need to redefine the goals of diplomacy as they concern culture”, greater dialogue between the cultural sector and government regarding the place of the arts in society and in foreign policy, greater coordination among stakeholders, the need to develop and maintain networks, the need to take new technologies into account, and the power of international partnerships.

The panel on diplomacy strategies included two former cabinet ministers and a dancer/choreographer. As noted in the conference report, former minister Bill Graham indicated that culture should have a strong place in foreign policy, “based on the principle that the primary goal of foreign policy is to tell the world who we are”. Culture can help create a positive view of Canada abroad. Former minister Marcel Masse indicated that “cultural issues are essentially missing from discussions in parliamentary caucuses, and, indeed, in public debate in general”. In addition, there is very little dialogue between the federal government, the provinces and the cultural sector on these issues. Choreographer Judith Marcuse indicated that Canada should “develop a more inclusive approach to the arts and diplomacy”, since artists are on the front lines of global linkages and cooperation. For Marcuse, “art serves as a dialogue” that can help “forge a deeper connection and better understanding among peoples”.

During the panel on foreign practices, a former Japanese diplomat noted that “‘pop’ culture must be taken as a serious cultural ambassador” and that cultural diplomacy should also include youth exchanges and language promotion. A former Quebec representative abroad “cited special events, artist residencies and youth organizations as successful tools, which have created an international address book for Quebec’s cultural sector”.

In the international networks session, it was noted that many artists and cultural workers are “potential diplomats, since international relations are part of our day-to-day lives”. A conference presenter noted that, in a globalized world, formal relations between nations may be ceding ground to economic and cultural connections between citizens and businesses.

Regarding future directions, the final session of the conference highlighted the need for “new policies, methods and means ... to ensure Canadian artists and values are projected on the world stage”. In the longer term, the conference recommended that the government – no matter which party forms it – should adopt a strategy that gives greater visibility to Canadian artists around the world.

The Place of Arts and Culture in Canadian Foreign Policy

Canadian Conference of the Arts, 2007

<http://ccarts.ca/en/events/discussionpaper.htm>

This discussion paper, prepared in advance of the November 2007 conference on culture and public diplomacy, provides greater detail than the conference summary document about the nature of public diplomacy, its history, its practice in Europe and America, as well as its practice and history in Canada.

The report argues that “there now exists a constant and unmediated global exchange, ‘cultural’ and otherwise, between citizens of the world on a daily basis”. It should be recognized that culture represents and connects people “in ways that certain state measures – chiefly military, economic and political – cannot”.

The report contends that “Canadian foreign policy is at an important crossroads: it is confronting the challenges of relating and communicating to foreign publics in new ways, expanding current foreign policies and also initiating new ones.” Despite this important time, “cultural relations are disturbingly absent at [the Department of Foreign Affairs and International Trade], as is any mention of a public diplomacy strategy”.

Some key challenges for Canadian culture abroad include: the predominance of American cultural industries; the relationship of “culture” and “values”; and the perception of an image or identity problem for Canada.

The report cautions that, without due involvement in public diplomacy development, “the cultural sector runs the risk of becoming a tool rather than a *component* of foreign policy”. The report argues that cultural relations, educational exchange and international broadcasting are important instruments of public diplomacy.

Commerce de biens de la culture (2006)

Statistique Canada, 25 juin 2007

<http://www.statcan.ca/francais/freepub/87-007-XIF/87-007-XIF2007001.htm>

Chaque année, Statistique Canada propose des données brutes sur le commerce de biens et services de la culture. Les tableaux de données les plus récentes sur les biens culturels, qui portent sur 2006, ont été diffusés en juin 2007. Hill Stratégies Recherche a analysé ces données brutes pour ce numéro de *Recherches sur les arts*.

La ressource en ligne de Statistique Canada propose la définition suivante des biens de la culture : « Parmi les exemples de biens culturels figurent : les livres; les revues; les journaux; les cartes postales; les calendriers; les films; les vidéocassettes; les disques numériques polyvalents (DVD); les partitions; les disques compacts (CD); les cassettes; les 33 tours en vinyle; les peintures (originaux et reproductions); les photographies; les sculptures; les ornements et les figurines; les plans architecturaux, les designs et les dessins; le matériel publicitaire; les pièces muséographiques; les collections de pièces de monnaie et de timbres; et les antiquités. Les médias non enregistrés, dont les CD vierges, ne sont pas inclus. »

En 2006, les exportations totales de biens culturels ont atteint 2,1 milliards de dollars, ce qui représente un déficit de 1,8 milliard par rapport aux 3,9 milliards en biens culturels importés au cours de cette année. Cet important déficit commercial n'a pas évolué depuis 2000.

Les secteurs qui enregistrent le plus d'exportations sont les écrits et œuvres publiées (788 millions de dollars) et les films et vidéos (556 millions). Malgré le niveau relativement élevé des exportations, le secteur des écrits et œuvres publiées a connu un déficit commercial de 2,1 milliards en 2006. Les exportations d'œuvres d'art visuel originales canadiennes ont totalisé 73 millions, tandis que les importations d'œuvres d'origine étrangère atteignaient 136 millions de dollars en 2006.

Entre 2000 et 2006, les importations de biens culturels ont augmenté de 5 %, tandis que les exportations ont reculé de 1 %. Les films constituent un des principaux secteurs de croissance, les exportations ayant plus que doublées entre 2000 et 2006.

Le commerce de biens culturels avec les États-Unis représente 82 % du total de ce commerce, soit 90 % des exportations et 78 % des importations. En 2006, le Canada avait un déficit commercial en biens culturels avec les États-Unis de l'ordre de 1,2 milliard.

Le Royaume-Uni est le deuxième pays en importance pour les exportations de biens culturels en provenance du Canada, représentant 2 % de nos exportations. Puis viennent la France, l'Allemagne et la Chine (qui reçoivent chacun 1 % des exportations). Avec 8 % des importations, la Chine est le deuxième pays en importance pour l'importation de biens

culturels au Canada, suivie de la France et du Royaume-Uni (qui sont tous deux à l'origine de 4 % de nos importations).

Commerce de services de la culture (2005)

Statistique Canada, 3 avril 2008

<http://www.statcan.ca/francais/freepub/87-213-XIF/87-213-XIF2007000.htm>

Statistique Canada diffuse des données brutes chaque année sur le commerce de biens et services de la culture. Hill Stratégies Recherche a analysé les tableaux de données les plus récentes – celles de 2005 – sur les services de la culture pour ce numéro de *Recherche sur les arts*.

En 2005, les exportations de services de la culture ont totalisé 2,9 milliards de dollars, ce qui est légèrement supérieur aux 2,8 milliards d'importations au cours de cette même année. C'est seulement la deuxième fois depuis dix ans que le Canada a un excédent commercial à ce chapitre. Toutefois, cet excédent n'est peut-être pas très significatif puisqu'il dépend largement des estimations du commerce en services de production et de distribution de films où la marge d'erreur est assez élevée.

Autre que le secteur du film, les services de la culture où l'on enregistre un excédent commercial comprennent les services de publicité, les services d'architecture et le secteur de l'édition (qui a enregistré un très petit surplus). Il y a des déficits commerciaux considérables dans les services de radiotélédiffusion et des enregistrements sonores.

Au cours des dix dernières années, les exportations de services de la culture ont plus que doublé, alors que les importations augmentaient de 92 %. Les services de production et de distribution de films ont été un des principaux secteurs de croissance au cours de cette période. Il sera intéressant de voir les prochaines estimations des changements dans la production et la distribution de films, compte tenu de la force du dollar canadien et de divers autres facteurs.

Le commerce de services de la culture avec les États-Unis représente 81 % de la totalité de ce commerce, soit 73 % des exportations et 88 % des importations. En 2005, le Canada a enregistré un déficit commercial de 317 millions de dollars avec les États-Unis. Le commerce avec l'Union européenne représente 11 % de la totalité du commerce en services de la culture. En 2005, le Canada a enregistré un excédent commercial de 191 millions de dollars avec l'Union européenne. Le commerce avec le reste du monde représente 9 % de la totalité du commerce en services de la culture. En 2005, le Canada a enregistré un excédent commercial de 248 millions de dollars avec l'ensemble des autres pays.

Le rôle des arts et de la culture dans les stratégies de diplomatie publique

Conférence canadienne des arts, février 2008

<http://www.ccarts.ca/fr/events/SYMPOSIUM2007FR.htm>

Ce rapport propose un survol des discussions qui ont eu lieu lors du colloque sur la culture et la diplomatie publique en novembre 2007. Le rapport déclare que « Les arts et la culture occupent une place centrale dans la stratégie diplomatique de nombreux peuples qui voient dans la présentation de ces activités à l'étranger une occasion d'expliquer au monde ce qu'ils sont. »

Les principaux points du sommaire de la conférence comprennent « la nécessité de redéfinir les objectifs de la diplomatie en matière de culture », un meilleur dialogue entre les milieux culturels et le gouvernement au sujet de la place des arts dans la société et la politique étrangère, une meilleure coordination entre les parties intéressées, le besoin d'élaborer et de maintenir des réseaux, le besoin de tenir compte des nouvelles technologies et le pouvoir des partenariats internationaux.

Le panel sur les stratégies de la diplomatie comprenait deux anciens ministres et une danseuse chorégraphe. Comme l'indique le rapport de la conférence, l'ancien ministre Bill Graham estime que la culture doit occuper une place de premier plan en politique étrangère, « partant du principe que l'objectif premier d'une telle politique demeure de dire au monde qui nous sommes. » La culture peut aider à créer une perception positive du Canada à l'étranger. Selon l'ancien ministre Marcel Masse, « il y a une quasi-absence des questions culturelles dans les caucus parlementaires, voire dans le débat public en général ». De plus, il y a très peu de dialogue entre le gouvernement fédéral, les provinces et le secteur culturel sur ces questions. Pour la chorégraphe Judith Marcuse, le Canada doit « développer une approche plus inclusive pour les arts et la diplomatie », puisque les artistes sont à l'avant-scène des liens et de la coopération mondiale. Selon Marcuse, « l'art est un dialogue » qui « peut mener à une meilleure compréhension entre les peuples ».

Au cours du panel sur les pratiques étrangères, un ancien diplomate japonais a observé que « la culture populaire peut être considérée comme un ambassadeur crédible » et que la diplomatie culturelle doit aussi inclure des échanges de jeunes et la promotion de la langue. Un ancien représentant du Québec à l'étranger a donné comme exemple « l'organisation d'événements spéciaux, la création de résidences d'artistes et la formation de groupes jeunesse qui ont favorisé le développement de nombreux contacts sur la scène internationale pour le secteur culturel québécois ».

Au cours de la séance sur les réseaux internationaux, on a observé que beaucoup d'artistes et de travailleurs culturels sont « des diplomates potentiels puisque les relations internationales font désormais partie de notre vie quotidienne ». Un conférencier a fait remarquer que, dans un monde globalisé, les relations formelles entre les nations peuvent être en train de céder du terrain aux connexions économiques et culturelles entre les citoyens et les entreprises.

Quant aux directions à prendre, la dernière séance du colloque a rappelé le besoin « de nouvelles politiques et méthodes ... afin d'assurer la diffusion des œuvres des artistes canadiens et des valeurs canadiennes sur la scène internationale ». À long terme, la conférence recommande que le gouvernement – peu importe le parti au pouvoir – adopte une stratégie qui accroît la visibilité des artistes canadiens à l'étranger.

La place des arts et de la culture dans la politique étrangère du Canada

Conférence canadienne des arts, 2007

<http://www.ccarts.ca/fr/events/discussionpaper.htm>

Ce document de discussion, préparé pour le colloque de novembre 2007 sur la culture et la diplomatie publique, propose des renseignements complémentaires au sommaire du colloque sur la nature de la diplomatie publique, ses antécédents, ses pratiques en Europe et en Amérique ainsi que ses pratiques et antécédents au Canada.

Le rapport maintient « qu'il existe maintenant un échange mondial quotidien constant et sans intermédiaire, « culturel » et autre, entre les citoyens du monde ». Il faut reconnaître que la culture représente et connecte les gens « d'une manière dont ne réussissent pas certaines mesures publiques, c'est-à-dire sur les plans militaires, économiques et politiques ».

Le rapport prétend que « la politique étrangère du Canada est à un carrefour important : elle est confrontée au défi consistant à trouver de nouvelles façons de se rapprocher des publics étrangers et de communiquer avec eux, à étendre ses politiques étrangères actuelles et à en élaborer de nouvelles ». Malgré ces enjeux importants, « on ne fait plus mention des relations culturelles au [ministère des Affaires extérieures et du Commerce international] ni d'une stratégie en matière de diplomatie publique ».

Parmi les principaux défis que doit relever la culture canadienne à l'étranger, mentionnons la prédominance des industries culturelles américaines, la relation entre « culture » et « valeurs » et la perception d'un problème d'image ou d'identité pour le Canada.

Le rapport met en garde contre l'élaboration de la diplomatie publique sans une participation raisonnable des créateurs puisque « le secteur culturel court le risque de devenir un outil plutôt qu'une composante de la politique étrangère ». Le rapport maintient que les relations culturelles, les échanges éducatifs et la radiotélédiffusion à l'étranger sont des instruments importants de diplomatie publique.