



Secrétariat général  
Service de la coordination des politiques culturelles et de l'innovation  
Département des études, de la prospective et des statistiques (DEPS)

# **PROGRAMME DES ETUDES DU DEPS**

**2012-2013**

adopté par  
le Conseil ministériel des études  
du 16 février 2012

## SOMMAIRE

---

### I – PROGRAMME DU DEPS

---

Introduction .....	3
--------------------	---

#### ❶ PROJET DE NOUVELLES ÉTUDES POUR DÉLIBÉRATION

1.1. Programme I : Emploi, travail, activités .....	4
1.2. Programme II : Univers culturels et transmission .....	6
1.3. Programme III : Économie de la culture et de la communication .....	10
1.4. Programme IV : Interventions publiques et régulations .....	15
1.5. Groupement d'intérêt scientifique Culture-médias & numérique .....	16

<b>TABLEAU RÉCAPITULATIF DES NOUVEAUX PROJETS .....</b>	<b>19</b>
---	-----------

#### ❷ ETUDES PROGRAMMÉES EN 2011 ET À LANCER EN 2012 OU 2013, POUR INFORMATION

2.1. Programme I : Emploi, travail, activités .....	20
2.2. Programme II : Univers culturels et transmission .....	22
2.3. Programme III : Économie de la culture et de la communication .....	24
2.4. Programme IV : Interventions publiques et régulations .....	32
5.5. Groupement d'intérêt scientifique Culture-médias & numérique .....	36

<b>TABLEAU RÉCAPITULATIF DES ÉTUDES PROGRAMMÉES EN 2011 ET A LANCER EN 2012 ....</b>	<b>39</b>
--	-----------

## **I – PROGRAMME DU DEPS**

---

Le programme 2012-2013 de nouvelles études s'ajoute aux études déjà prévues lors du conseil ministériel des études de juillet 2011 et qui restent à engager en 2012 ou 2013.

Il est budgétairement contraint par l'importance du volume des programmes en cours.

Il repose sur les pratiques suivantes :

### **1. La mise en œuvre d'analyses, de rapports et d'études.**

Elle se traduit par la préparation en interne de nouveaux dispositifs d'enquêtes et d'analyses des pratiques culturelles, de la formation des goûts et préférences, des valeurs culturelles, des usages numériques. Elle concerne la participation du DEPS à l'évolution des statistiques sociales, induite par la Commission et le rapport *Performances économiques et progrès social* de J. Stieglitz, A. Sen, J-P. Fitoussi. Il se traduit par la préparation de l'enquête sur les valeurs culturelles des Français et le renouvellement de l'enquête sur les pratiques culturelles à intervalles plus rapprochées.

Elle appelle régulièrement le lancement de marchés publics et la sélection de prestataires intellectuels.

### **2. Le soutien à des recherches extérieures.**

Le DEPS peut s'engager à suivre et soutenir des recherches participants à des thématiques portés par le ministère de la culture. Ces recherches subventionnées apportent des éléments de connaissances sur des thématiques inexplorées ou insuffisamment approfondies. Le travail de chercheurs reconnus, régulièrement maîtres de conférences, experts ou autres spécialistes, présente une assurance de qualité dans les résultats produits. Seront ainsi explorés en 2012 le thème du "Genre et la culture".

### **3. La mise en œuvre d'outils de statistiques économiques.**

Le DEPS, service statistique ministériel, a accès et produit des informations d'ordre statistique permettant la constitution de bases de données longitudinales.

Le projet de mise en œuvre d'un Référentiel d'acteurs, régulièrement rappelé comme nécessaire pour disposer de moyens d'enquêtes économiques dans des champs jusqu'à présent ignorées statistiquement (ex. patrimoine, marché de l'art), mais aussi à des fins d'analyse territoriale devrait commencer à l'automne 2012. Cet outil sera complété par les résultats de la première Enquête sectorielle annuelle du spectacle vivant.

### **4. Une fonction nouvelle d'analyse et de stratégie-prospective.**

A l'occasion de *Culture & Médias 2030*, le développement d'une fonction nouvelle d'analyse verra le jour pour prolonger les résultats d'études du DEPS, développer des stratégies prospectives thématiques, constituer des outils d'aide à la décision. Outre la déclinaison de *Culture & Médias 2030* en stratégies-prospective, sont donc programmés des analyses thématiques.

---

## 1°) PROJET DE NOUVELLES ÉTUDES POUR DÉLIBÉRATION

---

### EMPLOI, TRAVAIL, ACTIVITÉS

#### PROGRAMME I

---

Le programme *Emploi, travail, activités* s'articule autour de trois axes :

##### **Axe 1 : Suivi statistique de l'emploi culturel**

Ce socle de production statistique sur l'emploi et les professions du secteur est régulièrement *actualisé* (le plus souvent à un rythme annuel). Il est régulièrement *enrichi*, à l'aide de nouvelles sources ou de sources renouvelées. Enfin, il est *composite*, s'appuyant à la fois sur des sources de la statistique publique (Insee, dont les sources sont accessibles suivant un protocole conventionné) et sur des sources professionnelles propres au secteur (issues des systèmes d'information des organismes sociaux et des sociétés d'auteurs). Ces sources sont exploitées en interne.

→ *objectifs* : *évaluation du poids économique de l'emploi culturel*  
*caractérisation de l'emploi et du profil des personnes en emploi dans le secteur*  
*mesure des grandes évolutions (en analyse rétrospective et en comparaison avec l'évolution générale de l'emploi en France et en Europe).*

##### **Axe 2 : Connaissance des professions**

→ *objectifs* : *mise en lumière des spécificités professionnelles et de leurs évolutions*  
*aide à la structuration des professions et à leur visibilité sociale*  
*aide à la décision (exemple : politique en matière de formation, de soutien public)*

##### **Axe 3 : Analyse de thématiques transversales**

Il s'agit ici d'étudier des thématiques communes à l'ensemble (ou à une large partie) des professions du champ : par exemple, les effets des transformations de l'emploi sur les individus et les organisations (flexibilité, pluri-activité, porosité des statuts) ; la connaissance et l'évolution des différents statuts d'auteur (et des rémunérations associées) ; la mise en œuvre des politiques publiques de l'emploi (emplois aidés, minima sociaux) ; la connaissance et l'évolution de la protection sociale du travail artistique (indemnisation du chômage, prise en charge du risque vieillesse).

→ *objectifs* : *anticipation des évolutions et des enjeux communs*  
*adaptation des politiques publiques*  
*aide à la décision*

#### **AXE 1 SUIVI STATISTIQUE DE L'EMPLOI CULTUREL**

##### **► ÉTUDE : Portrait social des professions culturelles : 25 ans d'évolution de l'emploi artistique et culturel - suite** *(la 1<sup>ère</sup> partie est décrite dans le II du présent document)*

Il s'agit de poursuivre le travail rétrospectif, débuté en 2011, en mobilisant de nouvelles sources mises à disposition par l'Insee : panel DADS (analyse longitudinale, de 2004 à 2008, des carrières des salariés de la culture), enquête Emploi « renouvelée ». Ces deux sources permettront d'approfondir certains aspects mis en évidence par la 1<sup>ère</sup> phase de l'étude, en particulier en termes de conditions d'emploi et de conditions de vie des professionnels de la culture.

Cette étude, réalisée en interne, fera l'objet de la publication d'un ouvrage ; et éventuellement d'un colloque de restitution, dans le cadre d'un événement « 50 ans du DEPS ».

##### **► ÉTUDE : Prospective de l'emploi culturel**

A partir des résultats et pistes mis en lumière par la rétrospective menée en 2011-2012, des **scenarii d'évolution** de certains métiers seront proposés. Cette étude, réalisée en externe, est inscrite au programme 2011-2012 mais ne peut être lancée avant que la 1<sup>ère</sup> phase du travail rétrospectif soit réalisée (fin du 1<sup>er</sup> semestre de 2012).

***Prospective de l'emploi culturel : mode opératoire***  
Modalité : Marché public avec procédure adaptée  
Durée : 9 mois  
Destinataires : SG, DG, acteurs professionnels, structures de formation  
Valorisation : Publication

## **Axe 2 *Connaissance des professions***

### **► Etude : Le(s) métier(s) de photographe**

Au cours des dernières années, le secteur de la photographie a subi des transformations technologiques de grande ampleur qui ont affecté en profondeur l'ensemble des processus de production et de diffusion. Le métier de photographe a été fortement impacté par ces bouleversements, accompagnés par des impératifs économiques dictés par les grands groupes de médias et par le brouillage des frontières entre création artistique, publicité et information, entre création professionnelle et création amateur.

Ce contexte est souvent vécu par les professionnels en termes de crise, comme l'ont bien montré les revendications portées en 2010 par les photojournalistes<sup>1</sup>. Pour autant, les études ou données existantes sur le métier de photographe<sup>2</sup> ne donnent aujourd'hui qu'une vision partielle de cette population professionnelle très composite.

Il s'agit donc de dresser un portrait sociologique précis de ce groupe professionnel dans toute sa diversité, afin d'apporter aux décideurs et aux professionnels eux-mêmes les données objectives les plus précises possibles. Seront notamment abordées les questions de formation et d'entrée dans le métier, l'insertion professionnelle, l'analyse de l'activité professionnelle et des rémunérations, la physiologie des carrières.

La réalisation de l'étude mobilisera à la fois des méthodes quantitatives (données de cadrage) et qualitatives (enquêtes et entretiens approfondis), menées par 3 ou 4 équipes de recherche.

***Le(s) métier(s) de photographe : mode opératoire***  
Modalité : Marché public formalisé  
Durée : 18 mois en 2013  
Destinataires : SG, DG, acteurs professionnels, structures de formation  
Valorisation : publication d'un *Question de culture*, synthèses sous forme d'un ou plusieurs *Culture Etudes*

## **Axe 3 *Analyse de thématiques transversales***

### **► Recherche : La retraite dans les métiers artistiques : comparaisons internationales**

Afin d'apporter un éclairage nouveau à la question des retraites dans les métiers artistiques, une étude sera menée mettant en regard la prise en charge du risque vieillesse en France et la situation qui prévaut dans des pays adoptant un système de protection sociale bien distinct. Plus précisément, l'étude comparera les systèmes de prise en charge du risque vieillesse en France, dans deux ou trois autres pays européens (à définir) et aux Etats-Unis. Le champ des métiers artistiques à analyser est lui aussi à circonscrire.

***La retraite dans les métiers artistiques – comparaisons internationales : mode opératoire***  
Modalité : subvention de recherche  
Durée : 18 mois  
Destinataires : SG, DG, acteurs professionnels  
Valorisation : publication d'un *Question de culture*, synthèse sous forme de *Culture Etudes*

<sup>1</sup> Cf rapport IGAC, étude Ithaque 2010 sur la filière du photojournalisme, création de la Mission Photographie au MCC en mars 2010, etc.

<sup>2</sup> Etudes statistiques : exploitation des données AGESEA pour les artistes-auteurs, données de la CCIJP pour les photographes de presse. Etudes économiques : C. Bessy sur les marchés de la photo. Etudes sociologiques : travaux de S. Maresca, de P. Costa sur les photographes de publicité et de mode, ...

# PRATIQUES, VALEURS ET TRANSMISSION

## PROGRAMME II

---

Le programme *Pratiques, valeurs et transmissions* s'appuie sur un socle statistique provenant de la réalisation d'enquêtes annuelles (enquête sur les établissements d'enseignement supérieur) ou l'exploitation de données issues d'enquêtes INSEE (enquêtes SRCV, TIC 2010, Emplois du temps 2010). Il repose par ailleurs sur un corpus de «grandes enquêtes» nationales que le DEPS finance et réalise, dont l'enquête **Pratiques culturelles des Français** qui constitue le principal baromètre de suivi des différentes formes d'accès à l'art et à la culture depuis le début des années 70. Parmi les autres enquêtes récentes ou actuellement en cours, citons :

– L'enquête dite « **RIFA** » **Références Italie, France, Allemagne**», ou *Cultures croisées*, première investigation non seulement comparative mais interculturelle qui a permis de dresser en 2008 un portrait culturel des trois pays participants et de croiser les références culturelles des trois populations.

– L'enquête **Les univers culturels des enfants et adolescents**, réalisée entre 2002 et 2008 à partir d'un panel d'enfants et adolescents, qui a offert une représentation globale de l'évolution des pratiques et consommations culturelles des jeunes au fil de leur avancée en âge et du rôle joué par les diverses instances de socialisation culturelle (famille, école, groupe de pairs). Les résultats ont été publiés en 2010.

- L'enquête "**Valeurs Culturelles**" inscrite au programme 2010 du DEPS et programmée pour 2012

- L'enquête longitudinale menée à partir du **Panel français de naissances (Elfe)**, piloté par l'Insee, l'Ined, l'Inserm, la DEPP/Éducation nationale, etc. ([www.elfe2009.fr](http://www.elfe2009.fr)), au sein duquel le Deps occupe une part active dans la thématique « socialisation – éducation ». Il s'agit d'une enquête longitudinale qui va permettre d'analyser en détails les phénomènes de transmission, les effets de long terme des initiations (ou absence de) culturelles tout en disposant d'informations générales sur le niveau de vie, la santé, l'environnement, le parcours scolaire etc. des personnes concernées. L'enquête en « vraie grandeur » débute en 2011.

Le programme *Pratiques, valeurs et transmissions* comprend trois axes :

### 1. Pratiques, consommations et fréquentations

Ce thème, qui occupe depuis l'origine une place centrale dans les travaux menés par le DEPS, vise à mesurer la place que les formes d'accès et de rapport à l'art et à la culture (fréquentation des équipements culturels, pratiques en amateur, usages culturels des médias traditionnels et d'internet) occupent dans les modes de vie des individus et de comprendre le rôle qu'elles jouent dans leur construction identitaire.

### 2. Représentations et valeurs

Cette approche a peu été abordée jusqu'alors car la connaissance des pratiques et des publics a été privilégiée dans une perspective objectiviste, dont on mesure aujourd'hui les limites. En effet, l'interprétation des résultats sur l'évolution des pratiques culturelles obtenus à partir d'enquêtes déclaratives est souvent problématique : comment faire la part entre ce qui relève d'un changement dans les comportements réels et ce qui tient à des mouvements d'ordre symbolique liés aux variations du cours des pratiques culturelles à la bourse des légitimités ?

### 3. Transmission et légitimation

Il s'agit d'analyser les mécanismes et les processus de formation, de transmission et de légitimation des représentations et des comportements, des hiérarchies de légitimité culturelle mais aussi le rôle qu'y jouent diverses instances de socialisation : famille, école, groupe des pairs, institutions et producteurs culturels, etc.. Cet axe d'analyse suppose de porter une attention particulière aux jeunes, « objets » de transmissions, mais également aux différentes formes de prescription ou de médiation mises en oeuvre dans le domaine culturel.

Les études en cours ou inscrites au programme 2012-2013 ont pour principal objectif d'améliorer la prise en compte des nouvelles pratiques culturelles liées au numérique et d'alimenter la réflexion sur les changements à apporter aux dispositifs d'enquête et aux grilles d'analyse existants.

D'ores et déjà, une étude a été confiée au CREDOC pour faire un premier recensement des outils de suivi

(enquêtes, baromètres conjoncturels, panels, outils marketing, etc.) et de mesure des usages culturels du numérique et des pratiques culturelles et médiatiques « classiques » affectées par le numérique. Au terme de ce travail, un groupe de travail sera constitué pour finaliser la réflexion sur la mise en œuvre méthodologique de nouveaux dispositifs ou d'évolution des précédents, dans la perspective notamment de la reconduction de l'enquête *Pratiques culturelles*.

► **RECHERCHE : "qu'est-ce que le cosmopolitisme culturel ? Socialisation à la différence culturelle chez les jeunes dans une société globale"**

Des tensions fortes sont perceptibles dans le monde contemporain entre individualisme et mondialisation, entre diversité culturelle/cosmopolitisme et particularismes. La culture et la communication jouent dans ce contexte un rôle majeur, car elles figurent au premier chef parmi les objets mondialisés (firmes internet internationales, produits des industries culturelles, "américanisation" des goûts des jeunes générations mise en évidence par la dernière enquête Pratiques culturelles des Français) mais également dans la recherche de micro-localisation (langues de France, résurgences de formes folkloriques, marchés de niches dans les industries culturelles, etc.), notamment dans les jeunes générations. On sait peu de choses sur la manière dont les jeunes combinent normes culturelles transnationales et affiliations nationales ou locales. La circulation de biens culturels mondialisés favorisent-elle l'émergence d'un sentiment de cosmopolitisme ou bien l'imposition de modèles culturels hégémoniques ? En quoi la circulation de contenus culturels mondialisés modifie-t-elle les processus de transmission culturelle ?

L'objectif est de réaliser une enquête quantitative sur cette thématique auprès des 15-25 ans. La perspective d'une comparaison internationale est envisagée : des contacts ont été pris pour le montage d'une enquête similaire en contexte francophone (Québec) et anglophone (Australie).

***Qu'est-ce que le cosmopolitisme culturel ? : Mode opératoire***

Modalité : Marché public avec procédure adaptée

Durée : 12 mois

► **Etude : La culture architecturale des Français**

En 2010 et 2011 le laboratoire PAVE (Profession Architecture Ville Environnement) de l'École Nationale Supérieure d'Architecture et de Paysage de Bordeaux a conduit, à la demande du DEPS (à la suite d'un appel d'offres) une "étude exploratoire qualitative sur la culture architecturale".

Il s'agissait de conduire une recherche exploratoire, qualitative, visant à définir les contours et le contenu de ce qu'on pourrait appeler "culture architecturale", et les enjeux de politiques publiques, à différentes échelles - nationale, voire internationale et locales, en la matière.

**La perspective était de déboucher sur une étude quantitative, visant, elle, à mesurer l'étendue et l'inégale diffusion sociale de ce qu'on aura ainsi défini comme "culture architecturale", à proposer des éléments d'explication sociologique aux variations observées, et à en tirer des conséquences pour l'action publique.**

L'étude exploratoire devait donc, notamment, identifier des indicateurs de "culture architecturale" ou des dimensions susceptibles d'être quantifiées. S'agissant d'une recherche exploratoire, le DEPS préconisait d'envisager a priori la "culture architecturale" de la manière la plus large et la plus ouverte possible, sans privilégier a priori le moindre élément (l'architecture contemporaine plutôt que l'architecture du passé, la mobilité plutôt que l'esthétique etc.).

Au cours de cette étude exploratoire, l'originalité de la démarche du laboratoire PAVE a résidé en trois approches singulières : la première est une problématisation de la notion de "culture architecturale" qui s'appuie sur une recension et une discussion très fine de toute la littérature traitant, de près ou de loin, de qualité, de promotion, de médiation architecturale. La seconde a

consisté en une étude des principes, des dispositifs de presque toutes les “ agences ” de médiation architecturale de la région Aquitaine. La troisième enfin -enquête auprès de différents “ publics ” plus ou moins familiers de l’architecture, s’est appuyée sur une méthode qualitative faisant largement appel aux photographies.

Les résultats de l’étude doivent à ce jour être complétés et validés par deux types d’investigations :  
=> des compléments qualitatifs sur “ la médiation ” en général, c’est à dire l’action des enseignants en milieu scolaire, l’action des médias (audiovisuel, presse, internet...) , la “ concertation lors d’opérations urbaines, la culture architecturale des architectes eux-mêmes.  
=> compléments quantitatifs : pour faire un point national (et non plus simplement aquitain) sur les dispositifs institutionnels de “ médiation ” existants, et surtout par une validation quantitative, auprès d’un échantillon représentatif des Français, des hypothèses sur “ l’inculture générale ” et les centres d’intérêt en matière d’architecture.

L’idée générale est de pouvoir publier, fin 2012, un ouvrage qui fera référence sur “ la culture architecturale ”, qui ne laisse aucun point dans l’ombre (et donc ne souffre pas la critique d’être trop lacunaire) et qui asseye sur de la mesure les intuitions qualitatives.

Ce livre pourrait être la première pierre d’un débat public sur la nécessité d’une politique publique de la culture architecturale. Cette notion est encore neuve : il s’agit en somme de la faire partager, et de la promouvoir.

***La culture architecturale des Français : Mode opératoire***

Modalité : Marché public avec procédure adaptée

Durée : 12 mois

Publication : ouvrage sur " la culture architecturale "

Valorisation : débat public sur la nécessité d’une politique publique de la culture architecturale

► **Etude : Représentation des inégalités culturelles**

L’Agence nationale pour la recherche (ANR) a retenu en septembre 2011 dans le cadre d’un appel d’offres sur les inégalités en France un projet coordonné par Olivier Galland (GEMASS/CNRS) dont l’objectif d’identifier et d’expliquer les mécanismes de formation des représentations des inégalités.

Dans le cadre de ce projet qui doit se dérouler en 2012-2014, il est prévu de réaliser un volet spécifique sur les inégalités culturelles et leur représentation

L’analyse des facteurs à l’origine de l’inégale distribution de la participation culturelle est ancienne. Les enquêtes menées sur la fréquentation des théâtres, musées, maisons de la culture, etc... remontent aux années 60 et les enquêtes Pratiques culturelles des Français offrent depuis le début des années 70 une vision générale de l’évolution des principales inégalités sociales et territoriales en matière d’accès à la culture.

En revanche, les représentations et opinions en la matière sont fort peu connues. il n’existe à ce jour aucune donnée sur le regard que les Français posent sur les différences sociales, territoriales ou liées à l’âge mises en évidence par les enquêtes sur les pratiques culturelles, alors que leur réduction a toujours constitué le socle de la mission assignée aux pouvoirs publics dans le domaine culturel à travers l’objectif de démocratisation. Ces différences ou certaines d’entre elles sont-elles vécues comme des injustices ou des inégalités ? Pourtant, le thème des inégalités culturelles semble bien être présent dans les préoccupations des Français. Certaines populations considèrent-elles que leurs pratiques ou leurs attentes ne sont pas suffisamment reconnues par les pouvoirs publics ? De manière plus générale, les différences d’accès aux biens culturels sont-elles perçues comme des injustices intrinsèques et/ou des handicaps pour la réussite d’autres aspects de la vie sociale ? La



mise en cause, dans les travaux récents du rôle de la légitimité culturelle et de l'accès à la culture savante, comme descripteur pertinent des inégalités culturelles trouve-t-elle son pendant dans la représentation que se font les Français des inégalités dont ils ont le sentiment de souffrir en ce domaine ? Tels sont les principaux sujets que cette étude inédite abordera.

***Représentation des inégalités culturelles : Mode opératoire***

Modalité : Marché public avec procédure adaptée

Durée : 24 mois : préparation en 2012, enquête en 2013 et publications des résultats en 2014

Publication et valorisation : A voir avec les résultats d'ensemble de l'enquête nationale

# ÉCONOMIE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION

## PROGRAMME III

---

L'objectif de ce programme est d'analyser la structure, le fonctionnement et l'évolution des filières, des industries et des marchés artistiques, culturels et médiatiques en tenant compte de leur environnement technique et international : le patrimoine (musées et monuments), le spectacle vivant, les marchés de l'art et les industries culturelles et médiatiques (cinéma, radio, édition, jeux vidéo, musique, programmes audiovisuels, presse, graphisme). Une attention particulière est portée en premier lieu au contexte de la numérisation mais aussi aux dynamiques d'industrialisation et de financiarisation, aux comportements des acteurs économiques, aux évolutions dans les prises de risque et le partage de la valeur ajoutée, afin d'expliquer les modalités de valorisation de la création et l'évolution des modes de diffusion et de commercialisation, en bref les nouveaux modèles économiques de la culture.

Ce programme s'oriente dans deux grandes directions : d'une part, mieux mesurer les implications des spécificités de l'économie culturelles et, d'autre part, apprécier les mutations significatives à l'œuvre dans le champ culturel et médiatique tout entier ou dans telle ou telle filière.

Ce programme doit s'appuyer sur l'établissement d'outils statistiques indispensables : d'une part la constitution d'un répertoire des unités culturelles, d'autre part le développement d'enquêtes annuelles d'entreprises, en particulier dans le spectacle vivant.

### ► Etude : Économie du bénévolat culturel et médiatique

La production, la diffusion-distribution et la mise à disposition de nombreux biens et services culturels et médiatiques dépendent en France de la contribution d'un grand nombre de bénévoles (ni volontaires, ni salariés), qu'il s'agisse de participer à l'organisation d'un événement culturel comme un festival ou à l'activité d'une bibliothèque municipale, d'une salle de concert ou d'exposition, de gérer un petit musée local, d'être membre d'une association de restauration patrimoniale ou d'une association de pratiques amateurs mais aussi, plus récemment, de participer à la production et la mise à jour d'articles d'encyclopédie en ligne ou d'autres contenus culturels ou médiatiques numérisés.

Dans ce domaine, le bénévolat est interprété globalement par l'économiste comme découlant d'une offre globale de travail individuel non rémunéré ou comme un volume global de dons de temps individuels. L'une comme l'autre viennent participer aux différentes activités successives des "filières" culturelles et médiatiques concernées. L'une comme l'autre peuvent aussi être interrogées quant à leur caractère complémentaire ou substituable vis-à-vis de l'offre globale de travail rémunéré (population active occupée) et du volume global de dons d'argent (mécénat financier) qui contribuent aux activités de production, de distribution et de mise à disposition. Enfin, l'économiste a développé plusieurs modèles explicatifs de l'activité de bénévolat en mobilisant des concepts aussi variés que la production de biens collectifs, la consommation de biens dits privatifs ou l'investissement en capital humain.

Malgré son importance en lien direct avec celle de l'activité associative en France (le bénévolat culturel associatif concernerait à lui seul plus de 200 000 associations, un peu moins de 20 % du total des associations et 16 % du volume total de travail bénévole), le bénévolat (associatif, formel ou organisé) spécifiquement culturel et médiatique reste une activité relativement peu étudiée<sup>3</sup>. Avant de chercher à formuler de nouvelles pistes d'investigation, il conviendrait de disposer d'un état du savoir quantitatif et qualitatif sur l'économie du bénévolat culturel et médiatique (cadre institutionnel, acteurs, activités concernées, fonctionnement, types de structure, etc.), dans la perspective plus générale d'une meilleure compréhension du fonctionnement de l'économie culturelle et médiatique.

---

<sup>3</sup> Il convient toutefois de signaler les travaux de chercheurs comme Édith Archambault, Lionel Prouteau, Viviane Tchernonog et François-Charles Wolff sur le domaine associatif en général et le bénévolat en particulier.

Plus précisément, après un travail de définition, cet état du savoir viserait à rassembler et exposer les éléments de réponse de nature quantitative<sup>4</sup> et qualitative à une variété de questions :

- caractéristiques socio-démographiques des bénévoles et nature de leurs partenaires,
- estimation du volume de travail concerné (effectifs, heures, nombre moyen par association, nombre d'associations concernées, équivalents temps plein, proportion dans la population française, taux de bénévolat, proportion relativement à la population active occupée (secteur privé, secteur public, secteurs privé et public), etc.),
- types d'activité concernés (production, diffusion-distribution et mise à disposition),
- effets propres des caractéristiques individuelles sur la pratique du bénévolat,
- nature complémentaire ou substituable des dons de temps relativement aux dons d'argent,
- impact de l'ampleur et la structure des dépenses publiques sur les dons de temps (*crowding-in* ou *crowding-out*),
- estimation de la valorisation ou de la valeur monétaire du bénévolat (rapportée en euros et en proportion du produit intérieur brut) et comparaison avec le volume estimé des dons pécuniaires,
- ensemble des motifs individuels au bénévolat (motivation),
- etc.

L'analyse chercherait à proposer une double approche relative en comparant ce domaine aux autres domaines bénéficiant du bénévolat (sport, loisirs, activités socio-éducatives, activités religieuses, défense des droits, personnes âgées, etc. ; comparaison intersectorielle) et en comparant, à l'intérieur du domaine culturel et médiatique, ses différentes composantes (comparaison intra-sectorielle).

***Économie du bénévolat culturel et médiatique : Mode opératoire***

**Modalité** : marché public avec procédure adaptée plutôt ciblé vers des équipes de recherche ou des bureaux d'études familiers de l'économie culturelle et médiatique ainsi que des activités associatives

**Durée** : 9 mois

**Objectif** : améliorer la connaissance de l'économie du bénévolat culturel

**Publication** : Culture études en 2013

**Valorisation** : à définir avec les DG

► **Etude : Entrepreneurs et entreprises culturelles : pérennité et transmission**

Les entreprises culturelles, en particulier éditoriales, dont la démographie a été étudiée par ailleurs, connaissent comme toutes les autres entreprises les questions et incertitudes liées à leur transmission. Leur transmission constitue cependant un enjeu particulier car c'est la diversité du tissu entrepreneurial culturel qui est en cause et, partant, un des vecteurs de la diversité culturelle. D'autre part, cette transmission est souvent rendue plus délicate par la forte personnalisation de l'entreprise autour de son créateur, qu'elle en porte ou non le nom. Il semble d'ailleurs que dans certains secteurs comme le spectacle vivant, certaines structures entrepreneuriales n'aient pas forcément vocation à survivre à leur initiateur et dirigeant.

C'est donc la relation entre entrepreneur culturel et entreprise culturelle qu'il conviendrait d'examiner plus précisément d'un secteur à l'autre de manière à apprécier les conditions dans lesquelles les entreprises culturelles sont susceptibles de se pérenniser et, plus largement, comment leurs actifs immatériels en matière de catalogues de droits, de marque, de clientèle, d'expérience et de réseaux peuvent se transmettre dans de bonnes conditions. Le cas des structures fondées sur la collaboration entre plusieurs professionnels comme on la rencontre dans les cabinets d'architecture, les bureaux de *design*... devrait faire l'objet d'un examen particulier. (Ne rentrent pas

<sup>4</sup> En ayant recours à la fois aux données sur les *particuliers* ou les ménages (données Insee de différentes enquêtes, notamment) et aux données sur les *associations* (données de l'enquête *Vie associative*, notamment).

dans le champ de l'étude, les " entreprises-projets " créées *ad hoc* dans le cinéma ou le musical, par exemple, pour porter la production d'un seul et unique projet).

Cette étude qui devrait être à même de déboucher sur des suggestions d'améliorations quant aux conditions de transmission des entreprises culturelles sera menée en liaison avec le Minefi et l'Insee.

<p><b><i>Entrepreneurs et entreprises culturelles : pérennité et transmission : Mode opératoire</i></b></p> <p><u>Modalité</u> : marché public avec procédure adaptée plutôt ciblé vers des bureaux d'études ou équipes de recherche familiers de l'économie culturelle et/ou de la démographie entrepreneuriale</p> <p><u>Durée</u> : 9 mois</p> <p><u>Objectif</u> : améliorer la connaissance des difficultés que peuvent connaître les entreprises culturelles dans leur transmission et suggestions éventuelles de modalités d'amélioration et de confortement</p> <p><u>Publication</u> : Culture études en 2013</p> <p><u>Valorisation</u> : à définir avec les DG</p>
---

### ► Etude : L'économie de la coopération : le cas des bureaux de production

Développer des formes de partenariat et de coopération voire de véritables mutualisations est une pratique qui existe à des degrés divers dans tous les différents secteurs culturels : cela permet en effet de développer de nouvelles activités et de renforcer l'efficacité individuelle et collective en mettant en œuvre des économies d'échelle et des économies d'envergure. Un tel développement est perçu assez unanimement comme positif et à promouvoir comme en témoignent les recommandations de nombreux rapports et les déclarations d'intentions de nombreux acteurs publics.

Or l'état réel des modes de coopération et de mutualisation existants fait rarement l'objet d'une appréhension un tant soit peu précise. De plus, il règne un grand flou sur les termes utilisés : coopération, partenariat, mutualisation, mise en réseau... Enfin, les obstacles et difficultés concrètes que peuvent connaître de telles démarches et synergies pour se mettre en place et se révéler efficaces ne sont guère évoquées alors qu'elles semblent réelles, en particulier les situations de concurrence souvent de plus en plus forte entre institutions et entreprises ainsi que le souci de chacun de faire reconnaître sa spécificité et ses atouts concurrentiels.

Pour aborder ce thème, il est proposé, dans un premier temps, une focalisation sur les " bureaux de production ", structures dans lesquelles se localise dans le spectacle vivant une bonne part de cette économie de la coopération sous des formes extrêmement variées et évolutives allant des confins de l'activité d'agent artistique à la prestation de services en passant par de multiples modalités de mise en commun de fonctions et d'activités. Ces structures se sont en effet fortement développées au début des années 2000. Il s'agirait d'étudier l'origine de ces structures, les projets qu'elles portent, les modes de coopération qu'elles organisent et les relations qui s'instaurent avec les équipes artistiques et compagnies qui ont recours à elles. Ceci devrait permettre d'ordonner la compréhension des modes de coopération autour d'une typologie adéquate. Une attention particulière devrait être accordée à la mise en évidence tant des facteurs favorables que des obstacles à de telles coopérations. L'étude détaillée de quelques cas typiques permettrait d'approfondir l'analyse.

En complément, une investigation documentaire et à l'aide de quelques entretiens devrait permettre d'approcher les traits saillants de la réalité des coopérations dans quelques secteurs très différenciés aussi bien de l'économie de l'unique que des industries culturelles.

***L'économie de la coopération : le cas des bureaux de production : Mode opératoire***

Modalité : marché public avec procédure adaptée plutôt ciblé vers des bureaux d'études ou équipes de recherche familiers de l'économie culturelle et/ou de l'économie des filières

Durée : 12 mois

Objectif : mieux connaître la réalité des formes de coopération, ses difficultés et ses potentialités dans le cas du spectacle vivant au travers des bureaux de production et mise en contexte plus large

Publication : Culture études en 2013

Valorisation : à définir avec les DG et tout particulièrement la DGCA

► **Etude/recherche : Les prises de risques dans le domaine culturel**

L'économie culturelle est traditionnellement considérée comme marquée par l'incertitude sur la valorisation des contenus et le risque inhérent aux activités et investissements dans le développement, la production, l'édition et la diffusion de ces contenus. Ceci trouve un écho dans les représentations et les discours sur la " professionnalité " qui mettent volontiers l'accent sur le côté joueur et aimant le risque requis car inhérents à ces métiers. Ceci a conduit l'attention publique à se porter sur les moyens de conforter ces prises de risques et ce souvent à la demande des milieux professionnels concernés. Or les niveaux et les types de risques sont passablement différents suivant les secteurs et, d'autre part, la manière dont s'articulent les risques pris respectivement par chaque acteur différent sensiblement d'une filière à l'autre. Il en va de même pour les stratégies et les pratiques professionnelles pour gérer les incertitudes et contrôler la prise de risque. Les risques diffèrent également suivant les types de produits : risque " industriel " sur les produits stars et risque conséquent mais limité sur les produits de niche ou de moindre diffusion.

Un travail de mise en regard de ces types, niveaux et conditions de prise de risque devrait permettre une vision plus précise des formes contrastées de rapports au risque dans les différentes filières tant au niveau des produits que des acteurs. Une telle analyse devrait mobiliser en particulier la connaissance des dispositions contractuelles qui lient les agents, des conditions de financement des investissements et catalogues culturels, des éventuelles conditions d'assurance.

***Les prises de risques dans le domaine culturel : Mode opératoire***

Modalité : marché public avec procédure adaptée plutôt ciblé vers des bureaux d'études ou équipes de recherche familiers de l'économie culturelle et/ou du risque entrepreneurial

Durée : à préciser.

Objectif : améliorer la connaissance des difficultés que peuvent connaître les entreprises culturelles dans leurs pratiques et stratégies de prise de risques et suggestions éventuelles d'amélioration et de confortement des dispositifs existants

Publication : à préciser.

Valorisation : à définir avec les DG

► **Etude/recherche : Les données du ministère de la Culture et de la Communication : quelles données pour les chercheurs ?**

Depuis sa création, le SER-DEP-DEPS travaille régulièrement avec les chercheurs en économie en leur confiant l'exploitation de données produites par ou pour le ministère de la Culture et de la Communication. Ce travail de longue période a permis de produire et de publier un grand nombre d'éléments de réponse aux questions que se posent à la fois le ministère et le milieu de la recherche dans leur volonté d'une meilleure compréhension du fonctionnement de l'économie culturelle et médiatique, c'est-à-dire de l'ensemble des activités relatives à la production, à la distribution et à la consommation ou l'usage de biens et services culturels et médiatiques.

Il n'en demeure pas moins que les chercheurs expriment périodiquement leur connaissance limitée des données dont dispose le ministère. Une meilleure appréhension de ces données, pourvu qu'elles soient accessibles à terme à ces derniers, pourrait permettre de mieux les informer vis-à-vis de leurs possibilités d'exploration de questions plus ou moins anciennes tout en formulant de nouvelles questions – un ensemble de questions dont une partie au moins a un intérêt certain pour

le ministère. Par ailleurs, mieux connaître la nature, l'ampleur et la diversité des données dont dispose le ministère pourrait permettre aux chercheurs d'aider celui-ci à améliorer son propre questionnement sur une grande variété de sujets.

Une meilleure information aux chercheurs sur les données existantes nécessite cependant d'en faire d'abord un état des lieux adéquat sous la forme d'une sorte d'audit : Quelles données existent, du Secrétariat général à la Délégation générale à la langue française et aux langues de France en passant par les trois directions générales du ministère ? Quel est leur statut juridique (public, confidentiel, les données sont-elles labellisées, etc.) ? Quels champs et quelles périodes recouvrent-elles ? Quelle est leur nature ? Quelle est leur périodicité ? Comment sont-elles produites (source administrative, enquête, etc.) ? Quelles sont leurs forces et leurs faiblesses (fiabilité, qualité) ? Etc. [Cet ensemble d'interrogations pourrait d'ailleurs permettre d'apporter des éléments de réponse à la question de pistes d'amélioration des données produites (" mise en qualité " des données) et à celle de la création de nouveaux " produits " qui auraient un intérêt direct pour le ministère pour sa propre efficacité.]

Dans cette perspective préalable, pour mobiliser au mieux les ressources d'une grande diversité de services du ministère, en particulier de ses trois directions générales, le travail d'audit de l'" existant " – qui pourrait être piloté par le Secrétariat général et impliquerait notamment une participation active et constante de la Sous-direction des systèmes d'information (schémas directeurs) en liaison avec les services du contrôle de gestion et de l'IGAC – se ferait parallèlement à un audit des " besoins métiers " à la fois internes (ministère de la Culture et de la Communication) et externes (connaissance des besoins du milieu de la recherche, par exemple). La confrontation ultérieure des deux audits permettrait alors d'évaluer les moyens nécessaires pour (mieux) satisfaire tel ou tel besoin métier.

Il s'agirait donc de confier à un prestataire extérieur spécialisé dans le traitement des données volumineuses et l'analyse des systèmes d'information cet important travail de double audit préalable dans la perspective, à terme, d'une information (nécessairement cadrée) des chercheurs en économie, mais aussi en sociologie quantitative, sur les données du ministère existantes et possiblement exploitables. Un temps d'échange consécutif entre le ministère et un échantillon varié de chercheurs permettrait de confronter utilement les questionnements respectifs des deux parties avec, à la clef, la perspective de nouvelles collaborations, de résultats de recherche renouvelés et la formulation de nouvelles questions, de nouveaux sujets d'étude et de recherche intéressant le ministère en général.

Une option plus modeste, plus pragmatique et moins coûteuse pourrait d'abord consister à engager un tel travail pour un système d'information particulier, par exemple celui d'une direction générale comme la DGMIC ou celui d'un service comme le Service des arts plastiques de la DGCA, pour enclencher un processus qui, s'il atteint de manière satisfaisante ses objectifs plus modestes, permettrait de mieux mobiliser ensuite d'autres services opérant à l'aide d'autres systèmes d'information.

***Quelles données du Ministère pour les chercheurs ? : Mode opératoire***

Modalité : marché public avec procédure adaptée plutôt ciblé vers des bureaux d'études familiers dans le traitement des données

Durée : à préciser.

Objectif : améliorer la connaissance de l'ensemble des données du ministère qui pourraient être disponibles, à terme, au milieu de la recherche

Publication : à préciser.

Valorisation : à définir avec le SG, le DSI, les DG

# INTERVENTIONS PUBLIQUES ET RÉGLEMENTATIONS

## PROGRAMME IV

---

Il s'agit d'appréhender les interventions publiques en matière culturelle en prenant en compte l'ensemble des dimensions territoriales (locale, nationale comme internationale) et les différents modes d'intervention des collectivités publiques : dépenses publiques directes (État, collectivités locales, établissements publics, divers centres nationaux), fiscalité et parafiscalité (réductions d'impôt, déductions d'impôt, crédits d'impôt, taxes diverses) mais aussi les mécanismes de réglementation des marchés, c'est-à-dire les interventions réglementaires (quotas, prix unique, droits de propriété intellectuelle, politique de la concurrence, etc.).

### 1 – TERRITOIRES

Le DEPS appréhende les phénomènes et les facteurs socioéconomiques de la vie culturelle prioritairement à l'échelle nationale. Aussi, les cadres interprétatifs et les outils méthodologiques développés dans cette perspective ne permettent-ils pas d'atteindre une échelle géographique ou territoriale particulièrement fine, et ne sont pas véritablement adaptés à l'analyse locale de la vie culturelle. Ces limites n'empêchent pas des études et recherches sur la dimension territoriale et les facteurs de la vie culturelle de manière à ce que les résultats puissent servir aux acteurs nationaux pour les politiques territoriales et aux acteurs locaux. De plus, la mise en perspective de problématiques et d'enjeux de politiques culturelles propres à l'échelle locale, qui ne versent pas dans le particularisme, peut être de nature à refonder la question de l'observation culturelle en région afin qu'elle ne se limite pas à l'application des cadres et des outils d'analyse nationaux.

### 2 – INTERVENTIONS PUBLIQUES

Il s'agit d'analyser des outils d'intervention du ministère de la Culture et de la Communication, en particulier les dispositifs juridiques à composante économique permettant de stimuler les marchés (subventions, crédits d'impôts...) ou d'atteindre des objectifs de politique culturelle (conditions de la création, de la diversité). Elle a une dimension évaluative ou prospective marquée, anticipatrice aux regards des évolutions économiques, institutionnelles ou sociales.

**Les projets du programme 4  
ont été visés au Conseil Ministériel des études 2011  
et sont décrits dans la partie 2**

# LE NUMERIQUE DANS LE CHAMP DE LA RECHERCHE ET DES ETUDES, ET LE GROUPEMENT D'INTÉRÊT SCIENTIFIQUE «CULTURE-MÉDIAS & NUMÉRIQUE»

---

## 1/ UN PROGRAMME D'ETUDES ET RECHERCHES SUR LE NUMERIQUE

Le DEPS doit s'efforcer de circonscrire ce que représente le numérique comme champ d'études et de recherches pour le ministère.

Du point de vue des thèmes, il est clair qu'on ne peut s'en tenir à examiner les points d'intersection évidente, là où le numérique transforme la culture ou les médias. On ne peut analyser la numérisation par Google, sans s'efforcer de comprendre ce qu'est Google en général, ni demain les pratiques artistiques et les goûts sur Facebook, sans comprendre la logique des réseaux sociaux.

Mais le risque inverse est celui d'un champ d'études illimité. Si, par exemple (Milad Doueïhi, "L'humanisme numérique"), l'analyse de Facebook et des réseaux sociaux requiert d'examiner la catégorie de l'amitié, c'est finalement l'évolution générale de la sociabilité qu'on étudie: est-ce que le ministère devrait aller vers un type de recherche aussi générale? Autre exemple: le débat sur "Internet/Google et l'attention, l'intelligence, la lecture" est très marqué par les arguments venant des psychologues et cognitivistes: a priori, il ne s'agit pas de l'approche habituelle du ministère, mais où fixer la limite?

De la même manière, du point de vue des approches scientifiques, il semble difficile de s'en tenir aux disciplines historiques du DEPS, ie: économie et sociologie. Celles ci, avec le droit, ont une place décisive pour examiner le réalisme des stratégies ministérielles. Mais pour analyser et comprendre sur le fond ce qui se joue du côté du numérique, leur apport, certes important, est loin de suffire. Cependant si un principe d'ouverture disciplinaire peut sembler nécessaire, comment, là aussi, le délimiter et le mettre en oeuvre?

Des éclairages peuvent être apportés par les questions de type stratégique. Mais la stratégie est nécessairement contrainte par les options intellectuelles acquises: c'est ainsi que le ministère commence à intégrer l'économie de l'attention, et qu'il n'a pas commencé à se pencher sur la question de l'attention en général.

Il est donc proposé que le DEPS ouvre le numérique comme chantier intellectuel en tant que tel, en se dotant d'un programme scientifique qui permettra de problématiser le sujet, et d'en faire un projet collectif. Il faut "reconnaître le numérique" comme les industries culturelles ont pu être reconnues il y a un demi-siècle. Ce document d'orientation pourrait être préparé, puis évalué par un petit nombre d'experts au cours du premier semestre 2012. Il serait ensuite soumis au deuxième Conseil ministériel des études de la même année.

## 2/ QUELQUES THÈMES D'ÉTUDES ET DE RECHERCHES SUR LE "NUMÉRIQUE"

Il s'agit seulement de thèmes - et non d'études à lancer directement- dans une perspective à deux – trois ans, éclairée par le programme proposé ci dessus.

- **LES PRATIQUES CULTURELLES NUMÉRIQUES**

Ce domaine se présente sous deux entrées: le numérique comme nouvel espace de pratiques culturelles et médiatiques, et la transformation qualitative de ces pratiques, les deux évidemment liées.



Dans le premier cas, il s'agit surtout de prendre la mesure de la place de la culture et de la communication dans l'environnement numérique. On cherche, d'une part, à cerner les pratiques culturelles et médiatiques numériques dans l'ensemble des usages numériques (logique d'identification), et d'autre part, à rapporter ces nouvelles pratiques à l'ensemble des pratiques culturelles et médiatiques classiques (logiques de complémentarité et de concurrence). L'idée de "mesurer" et de produire un instrument d'observation est ici centrale.

Dans le deuxième cas, il faut commencer par analyser les mutations des pratiques. Il s'agit là d'études qualitatives, qui nécessite de s'appuyer sur des recherches théoriques, des modélisations. Il y a peu de pratiques culturelles qui ne soient concernées: des grandes pratiques génériques comme l'écriture, la publication, la lecture jusqu'aux activités liées à l'offre institutionnelle (visite de musée, ou fréquentation des bibliothèques...).

- **LA CULTURE NUMÉRIQUE**

Le ministère est peu présent sur la culture numérique: en quoi consiste-t-elle? comment se combine-t-elle avec les autres formes de culture? comment se distribue-t-elle (milieux sociaux, âges et générations, genres)? en quoi est-elle un facteur d'innovation? comment se forme-t-elle et comment se transmet-elle?

Aussi: quelle est sa valeur? Et, si on accepte de l'évaluer, au nom de quelle conception de la culture?

Ce qui se joue ici, c'est l'association des savoirs et des pratiques, et, du même pas, la question de la transmission culturelle.

Le ministère devrait entrer dans ce débat qui renvoie à ses missions fondamentales. De toutes façons, il a lieu et aura lieu: nous ne sommes plus dans la phase du consensus numérique.

- **LA TECHNOLOGIE NUMÉRIQUE**

D'après les travaux de l'Atelier de réflexion prospective de l'ANR, auxquels participe le GIS, il règne la plus grande incertitude sur la (ou les) technologie(s) de rupture attendue(s) au croisement du numérique avec la culture et les médias.

Il est nécessaire, pour le ministère, d'intégrer la variable technique en tant que telle, et pas seulement à l'aune de ses effets économiques ou sociaux: hier, les "NTIC", aujourd'hui, le numérique constituent en effet, en tant que tels, des technologies cognitives et culturelles, des "technologies de l'esprit". Citons l'exemple des logiciels de transcription dont la diffusion pourrait entraîner une situation de "publication écrite sans écrire", voire sans savoir-écrire.

Dans ce domaine, les opérations initiés par le DEPS, coordonnées avec d'autres départements, peuvent être des états de l'art, légèrement ou fortement, prospectifs, ou des dispositifs d'appropriation inspirés des "machines culturelles".

- **L'ÉCONOMIE DU NUMÉRIQUE**

C'est le point qui a été le plus développé par le DEPS, avec lequel travaillent les économistes français parmi les plus reconnus.

Cependant, pour des raisons évidentes et compréhensibles, les travaux sont surtout centrés sur une question: quelles sont les bases économiques des industries françaises qui veulent opérer dans ce secteur? (ie: quelle est la logique de mutation vers le numérique des industries culturelles classiques

? et: quel est le fondement de l'activité des nouvelles industries?). D'où l'importance des réflexions récurrentes sur les modèles d'affaire.

Il semble que le ministère devrait aussi être concerné par un autre type de questions.

Le thème de "l'économie créative" en est un bon exemple. Bien que cette idée, en tant que thèse, soit largement critiquée dans les milieux scientifiques, elle a suffisamment progressé, dans la période récente, du Texas aux gouvernements anglais puis chinois (fin 2010), pour constituer un modèle de référence des politiques publiques.

Certaines questions méritent d'être traitées: l'économie des "contenus" publics dans l'environnement numérique, la reconnaissance des contributeurs, les productions collectives du type Wikipedia, les droits des "amateurs" mais aussi ceux des simples "consommateurs", l'effet général d'une économie de l'attention sur la culture. Faut-il interroger l'architecture économique d'ensemble ou la considérer comme une donnée, et la suprématie des industriels de l'accès sur les opérateurs culturels ou médiatiques comme intangible?

**TABLEAU RECAPITULATIF DES NOUVELLES ETUDES POUR LE  
PROGRAMME DU CME 2012-2013**

<b>Nature</b>	<b>Titre</b>	<b>Durée prévue</b>
<b>Emploi, travail, activités</b>		
Etude	Prospective de l'emploi culturel	9 mois
Etude	Le(s) métier(s) de photographe	18 mois
Etude	La retraite dans les métiers artistiques : comparaisons internationales	18 mois
<b>Univers culturels et transmission</b>		
Etude	Qu'est-ce que le cosmopolitisme culturel ?	12 mois
Etude	La culture architecturale des Français	12 mois
Etude	Représentation des inégalités culturelles	24 mois
<b>Économie de la culture et de la communication</b>		
Etude	Économie du bénévolat culturel et médiatique	9 mois
Etude	Entrepreneurs et entreprises culturelles : pérennité et transmission	9 mois
Etude	L'économie de la coopération : le cas des bureaux de production	12 mois
Etude	Les prises de risques dans le domaine culturel	9 mois
Etude	Les données du ministère de la Culture et de la Communication : Quelles données pour les chercheurs ?	12 mois

---

## 2°) ETUDES INSCRITES AU CME 2011 ET À LANCER EN 2012 OU 2013, *pour information*

---

### EMPLOI, TRAVAIL, ACTIVITÉS

#### PROGRAMME I

---

Pour rappel, des études lancées en 2010 sont en cours de réalisation ou en phase de finalisation :

- valorisation de la monographie sur les **graphistes**
- suivi de l'étude sur les **emplois aidés**
- suivi de l'étude sur le **RSA** dans les métiers artistiques (note à fournir pour la Conférence nationale d'évaluation du RSA à la mi-décembre 2011)

En 2011-2012, c'est l'axe 1 qui est dominant, en termes de travail interne (non de financement).

#### **AXE 1 SUIVI STATISTIQUE DE L'EMPLOI CULTUREL**

##### ► **ETUDE INTERNE : Portrait social des professions culturelles : 25 ans d'évolutions de l'emploi artistique et culturel – 1<sup>e</sup> partie**

Il s'agit d'un travail rétrospectif en interne, s'appuyant en premier lieu sur les données des recensements de la population (1982, 1990, 1999 et 2007). Ce travail sera poursuivi et valorisé en 2012-2013.

##### ► **STATISTIQUE : Exploitation statistique longitudinale des données de la caisse nationale des congés spectacles**

Actualisée annuellement, cette exploitation consiste en une analyse rétrospective de l'emploi intermittent depuis le milieu des années 1980. Elle permet notamment d'alimenter les travaux de la commission permanente sur l'emploi du CNPS mais aussi de nourrir en données récentes et détaillées les besoins du ministre et des grands corps d'Etat sur la question (exemple : rapports de la Cour des Comptes).

*Exploitation statistique longitudinale des données de la caisse nationale des congés spectacles : mode opératoire*  
Modalité : subvention de recherche  
Durée : 12 mois, renouvelée actuellement  
Destinataires : Cabinet du ministre, SG, DG, Cour des comptes, acteurs professionnels  
Valorisation : Culture Chiffres « Tendances de l'emploi dans le spectacle »

#### **AXE 2 CONNAISSANCES DES PROFESSIONS**

Aucune étude sur cet axe n'est programmée.

#### **AXE 3 ANALYSE DE THÉMATIQUES TRANSVERSALES**

##### ► **RECHERCHE : Les différents temps professionnels dans les métiers de la création**

Dans la suite d'une recherche subventionnée par le DEPS en 2009-2010, abordant de façon transversale la question de la qualité de l'emploi dans les métiers artistiques et culturels<sup>5</sup>, et dans le contexte actuel de reconfiguration de l'action publique culturelle (diminution relative des budgets alloués au spectacle, durcissement des conditions d'accès à l'assurance chômage des artistes, etc.), il

---

<sup>5</sup> Jérémy Sinigaglia, « Etre heureux dans l'emploi culturel », Marc Perrenoud, « Le travail indépendant à vocation artistique », etc.

convient de poser la question des temporalités du travail artistique, en partant notamment de l'hypothèse que le temps de la création est de plus en plus directement concurrencé par d'autres temps, consacrés notamment à la recherche des moyens permettant d'acquérir une certaine stabilité économique et d'assurer les conditions minimales de la création.

<b><i>Les différents temps professionnels dans les métiers de la création : mode opératoire</i></b>
<u>Modalité</u> : subvention de recherche
<u>Durée</u> : 18 mois
<u>Destinataires</u> : SG, DG, acteurs professionnels
<u>Valorisation</u> : Publication, Culture Etudes

► **ETUDE : La retraite dans les métiers artistiques : élargissement à d'autres métiers**

En 2009-2010, le DEPS a subventionné une recherche très fructueuse sur la retraite des artistes du spectacle<sup>6</sup>. Il s'agit de poursuivre ce travail dans le champ d'autres métiers (par exemple, les métiers techniques du spectacle). Cette recherche s'appuiera à la fois sur une analyse statistique (CNAV, Centre médical de la Bourse, Audiens) ainsi que sur la définition de populations cibles sur lesquelles mener des entretiens qualitatifs approfondis.

<b><i>La retraite dans les métiers artistiques : mode opératoire</i></b>
<u>Modalité</u> : marché public avec procédure adaptée
<u>Durée</u> : 18 mois
<u>Destinataires</u> : SG, DG, acteurs professionnels
<u>Valorisation</u> : Publication, Culture Etudes

► *ETUDE : Evolution du statut d'auteur /*

+ *ETUDE : Flexibilité et précarisation de l'emploi : les effets sur les organisations (presse écrite et audiovisuel)*

***Ces deux dernières études, validées par le CME 2011, ne pourront être réalisées.***

*En effet, la première devait faire suite à une étude statistique réalisée en interne à partir des données mises à disposition par la SACD. Il était prévu de procéder à une étude qualitative du statut du docteur d'auteur, en interrogeant des auteurs de la SACD. Or, après une première expérience en 2011 d'une étude qualitative de ce type, la SACD est fort réticente à ouvrir de nouveau sa base de données pour permettre l'interrogation de ses auteurs. En revanche, le travail statistique à partir des données longitudinales (1997-2009) de la SACD va se poursuivre, en explorant plus particulièrement en 2012 les inégalités d'accès des hommes et des femmes au statut et aux revenus d'auteur.*

*Concernant la seconde étude, sachant que deux études commandées par le DEPS et qui viennent de s'achever ont analysé de façon très approfondie le journalisme (sous l'angle de la précarisation du métier d'une part, des organisations d'autre part), il est redondant de la maintenir.*

**STATISTIQUES, ÉTUDES ET RECHERCHES INITIÉES EN 2011  
DONT LE PROGRAMME S'EXECUTE EN 2012 OU 2013 :**

<b>Nature</b>	<b>Titre</b>	<b>Durée</b>
Statistique	<i>Exploitation statistique longitudinale des données de la caisse nationale des congés spectacles</i>	Annuel et récurrent
Etude	<i>La retraite dans les métiers artistiques : élargissement à d'autres métiers</i>	18 mois
Recherche	<i>Les différents temps professionnels dans les métiers de la création</i>	12 mois

<sup>6</sup> Vincent Cardon, « Le rapport à l'emploi et à la retraite des comédiens et musiciens âgés ».

## UNIVERS CULTURELS ET TRANSMISSION

### PROGRAMME II

---

#### REPRÉSENTATIONS ET VALEURS

Ce chantier ouvert par le DEPS est étroitement articulé avec celui qui porte sur les pratiques et publics. Il entend mieux appréhender l'évolution des rapports à la culture en s'intéressant aux attitudes des Français à l'égard des différentes formes d'expression culturelle, aux contours actuels de la culture et aux hiérarchies qui s'y donnent à lire.

#### ► RECHERCHE : Univers culturels et genre

**Cet appel à projet a été lancé en 2011, les projets retenus seront notifiés en 2012.**

Parmi les facteurs qui clivent durablement le rapport à la culture, le genre apparaît comme une ligne de partage dont la puissance explicative croît. De nombreux travaux quantitatifs accréditent l'idée d'une féminisation des publics de la culture et des pratiques culturelles, féminisation qui semble s'accélérer dans les jeunes générations. Cette féminisation, dans certains domaines, n'est pas seulement relative (due à une augmentation de la présence des femmes) mais absolue (due à une diminution concomitante de la présence des hommes).

Cette observation pose plusieurs questions, qui portent tant sur les mécanismes d'attraction/d'éviction de chaque sexe à l'égard de la sphère culturelle (en distinguant entre types de pratiques, pratiques, usages), que sur la production de ces mécanismes (notamment dans la famille, l'école, les institutions culturelles et les médias) et leurs effets sur la représentation de la culture (position symbolique). Cette "genrification" de la culture a non seulement des effets symboliques mais également des effets concrets déjà observables sur la production culturelle et les contenus proposés (en matière de livre et de presse notamment) de même qu'en matière de profils des professionnels de la culture.

L'appel à projet sollicitera :

- la mise en regard des sources statistiques existantes concernant les pratiques, consommations et usages (dont il faudrait faire une recension raisonnée) et analyses qualitatives complémentaires ;
- les comparaisons internationales visant à tester l'hypothèse d'une spécificité française sur la question du genre.

4 ou 5 projets seront retenus pour un montant unitaire de 20 à 25 k€.

#### ***Univers culturels et genre : Mode opératoire***

- Modalité : appel à projets de recherche
- Durée : 2 ans
- Lancement 2011

#### ► ÉTUDE : Les valeurs culturelles des Français

Une première étude exploratoire à caractère méthodologique a été lancée en 2009 auprès de lycéens sur leurs représentations de la culture. Il s'agit d'étendre le champ de l'interrogation à l'ensemble de la population adulte afin de mieux cerner l'importance symbolique accordée à la culture et les liens entre représentations de la culture et représentations d'univers connexes (loisirs, sport, éducation, etc.) et de s'interroger sur la réalité d'un certain relativisme culturel qui se traduirait par une prise de distance à l'égard des critères de la légitimité culturelle et un effacement des hiérarchies. Au-delà de l'intérêt intrinsèque d'une telle perspective, il s'agit d'éclairer la dimension symbolique des pratiques culturelles pour apporter des éléments d'interprétation aux évolutions observées.

Une étude qualitative préalable sera menée avant la réalisation d'une enquête nationale par sondage auprès d'un échantillon représentatif de la population française. Elle devra préciser les thématiques à privilégier (conceptions de la culture, contours et ses hiérarchies, opinions à propos de l'élargissement continu du champ de compétences des pouvoirs publics en matière culturelle et de la légitimité des principes et finalités des politiques culturelles, appréciations sur les contenus de la culture numérique) ainsi que les conditions d'enquête les plus adéquats pour les aborder.

***Les valeurs culturelles des Français : Mode opératoire***

- Modalité : appel d'offres et convention de recherche
- Durée : 2 ans
- Objectifs : identifier les valeurs et principes qui légitiment l'action culturelle publique ; élaboration d'un baromètre sur les valeurs culturelles
- Publication : *Question de culture* 2013
- Valorisation : journée d'études ou colloque

**MÉTHODOLOGIE ET STATISTIQUES**

• **Constitution d'un référentiel et d'un répertoire des unités culturelles**

Dans le cadre du schéma directeur des systèmes d'information (SDSI) du ministère, le DEPS réaffirme l'importance que revêt le projet de Répertoire des unités culturelles. La mise en œuvre nécessite de : 1) créer le référentiel du SDSI constitué d'un noyau dur d'informations (Siren, Siret, identifiants culture) qui permettent l'interopérabilité des applications transversales et métiers, et donc la production de données cohérentes et homogènes, 2) constituer un répertoire des acteurs culturels, susceptible de constituer des bases d'enquêtes. . La réalisation de ce projet est particulièrement attendu par les DG I et 2 compte tenu de l'importance des acteurs sous forme associative dans le patrimoine, les arts plastiques et le spectacle. Les entreprises du marché de l'art et du commerce des oeuvres et objets d'art sont de matière à offrir un premier terrain d'application à cette démarche. Ce projet, qui concerne l'ensemble du ministère de la Culture et de la Communication, est en attente d'une décision de réalisation et de la nomination d'un chef de projet.

• **Préparation d'enquêtes sur les commerces du marché de l'art**

Les études et analyses statistiques sur les commerces d'art menées depuis plusieurs années ont contribué à fournir une première appréciation quantitative de l'importance des différents types d'acteurs du marché de l'art qui ont mis en évidence l'importance des galeries et commerces d'œuvres et objets devant les sociétés de ventes volontaires et les achats aux artistes en atelier (les entreprises du commerce du marché de l'art Deps Culture chiffres 2009-4). Les préoccupations de la Direction générale de la création artistiques et de l'Observatoire du marché de l'art se rejoignent pour mettre l'accent sur l'importance de pouvoir mettre en œuvre des enquêtes régulières sur ces différents types de commerces et leur activité afin de pouvoir appréhender de manière à la fois fine et évolutive l'économie de ces différents secteurs.

De telles enquêtes pluriannuelles supposent d'engager les moyens nécessaires sur plusieurs années de s'appuyer sur les organismes professionnels susceptibles de porter cette enquête ; mais ils nécessitent également de bien cerner les populations d'entreprises concernées de manière de manière à constituer une base d'enquête pertinente à partir des différents fichiers d'entreprises mobilisables ainsi que de porter une attention particulière aux mouvements d'entrées (création d'entreprises) et de sorties (cessation d'activité) susceptibles d'affecter cette base. On retrouve ici la problématique qui sous-tend la démarche de constitution d'un référentiel et d'un répertoire des unités culturelles qui pourrait trouver là un premier terrain de mise en œuvre et d'application.(voir ci-dessus).

Simultanément à ce travail dont les résultats interviendront à terme dans l'obtention de bases pertinentes et actualisables d'enquêtes, un accent plus particulier sera mis sur les galeries dont l'activité est significative dans la commercialisation des œuvres d'artistes et créateurs contemporains dans tous les domaines des arts plastiques, y compris la photographie et le design, y compris la commercialisation de multiples. Il s'agira de mener une véritable étude de définition pour l'enquête que la DGCA souhaite d'ores et déjà mettre en œuvre en étroite concertation avec le Comité professionnel des galeries d'art et les autres organismes professionnels concernés.

Outre le travail préalable de repérage et de croisement des différentes listes existantes mobilisables pour cerner la population d'entreprises concernées : liste des « diffuseurs » de la Maison des Artistes, répertoire Sirène, listes des organismes professionnels et de foires accueillant des galeries, divers répertoires, cette étude de définition devra examiner les choix possibles en termes d'enquête : s'agit-il de s'attacher plutôt aux entreprises, à leurs structures et à leurs activités (santé des entreprises, niveau d'investissement et capacité de financement, exportation, équilibres entre premier et second marché, etc.) ou bien à l'activité commerciale et à ses caractéristiques dans une optique plutôt d'enquête de "branche" ? Faut-il privilégier une interrogation exhaustive ou par échantillon ? Quelle place accorder à la perception des évolutions ? Cette étude devra enfin tester le questionnaire et établir le cahier des charges de la réitération de l'enquête dans des conditions permettant d'obtenir des données fiables et de constituer un instrument permettant de mesurer les évolutions du secteur.

Outre ses résultats propres, cette étude de définition focalisée sur les commerces du premier marché devrait apporter des indications quant aux conditions de lancement d'enquêtes plus larges sur le commerce du marché de l'art et ses entreprises.



## 1 – SPÉCIFICITÉS DE L'ÉCONOMIE CULTURELLE

L'économie culturelle est marquée par le rôle central de la création et de la capacité de mettre au point des contenus renouvelés et de les proposer aux publics. Cette réalité structurelle du fonctionnement du champ culturel est abordée dans le présent programme au travers d'études et recherches qui se tournent prioritairement du côté de l'offre pour examiner comment la création artistique et les nouveaux contenus peuvent se produire plus efficacement dans des milieux territoriaux favorables (districts ou clusters), relever d'une économie des multiples aux confins de l'unique et de la reproductibilité, etc., mais surtout être valorisés de manière pertinente au travers d'une fonction essentielle de programmation et parfois dans de multiples directions, comme c'est le cas du spectaculaire.

Le succès de ces approches dépend tant de la bonne identification des actifs immatériels en jeu, comme par exemple les savoir-faire des métiers d'art, que d'une régulation adéquate de la rémunération de la création afin de permettre le renouvellement créatif – qui, parfois, ne passe pas par le droit d'auteur – ou encore des formes plurielles de relations à la demande comme l'art contemporain en donne un bon exemple en conjuguant l'appropriation du collectionneur et l'appréciation du spectateur.

### ► ÉTUDE : Nouveaux modèles : les formes diversifiées de valorisation du spectaculaire

Le spectaculaire concerne un vaste pan du champ culturel traditionnel allant du spectacle vivant (variété, comédie musicale, opéra, cirque, danse, magie...) en passant par les arts plastiques (expositions à succès, par exemple) jusqu'à certaines mises en valeur exceptionnelles du patrimoine. L'une des caractéristiques du spectaculaire est la multiplicité de ses formes de valorisation, des activités de représentation (lieux de diffusion ou de représentation au sens large) aux activités de commercialisation (productions principales, bien sûr, déclinées sous différentes formes mais aussi produits dérivés au sens large) en passant par les activités de découverte et de consécration (radio- et télé-crochets, concours, prix, récompenses, *star system*, etc.). L'économie du *show business* ou du show-biz en général apparaît ici typique mais le phénomène peut aussi concerner un de ses éléments, celui, par exemple, plutôt confidentiel, de la magie moderne. L'illusionnisme, qui a aussi ses *stars*, peut en effet se décliner dans une large diversité des lieux de représentation [salles de spectacle, cafés-théâtres, cabarets, casinos, paquebots de touristes, cirques, plateaux de télévision, festivals, lieux privés (galas, mariages, anniversaires...)] – d'où celle des sources de rémunération de ses artistes, source qui peut être enrichie des revenus dégagés du côté de l'industrie du jouet (boîtes, coffrets, jeux, tours, cartes, accessoires...) et de l'industrie de l'édition (ouvrages et vidéos, produits dérivés) – et il est caractérisé par l'existence de prix, de récompenses, de distinctions, de concours et de championnats nationaux et mondiaux.

Il y a des raisons de penser (voir par exemple l'étude du DEPS en cours sur l'économie du *musical* et des comédies musicales) que ce phénomène de multi-valorisation spécifique aux diverses activités artistiques de l'économie du *show business* continue de s'intensifier dans le futur, en réponse notamment aux effets produits par les politiques récentes de concentration et la révolution numérique, et au besoin régulier d'élargir l'éventail des débouchés commerciaux potentiels dans des stratégies de diversification qualifiées parfois de « stratégies à 360 ° » ou de *versioning*.

Pris dans sa globalité, le phénomène de multi-valorisation du spectaculaire semble avoir fait l'objet de peu d'analyses socio-économiques récentes. Son appréhension est pourtant essentielle, notamment pour l'acteur public dont l'intervention concerne de nombreuses activités du spectaculaire sous la forme de diverses subventions publiques et réglementations au sens large. Il s'agirait ici d'aborder le sujet en traitant deux ou trois secteurs illustratifs de façon séquentielle

(activités de création dont découverte, activités de représentation, activités de commercialisation et de consécration) pour conduire, par extrapolation, à une analyse globale du sujet.

***Les formes diversifiées de valorisation du spectaculaire : Mode opératoire :***

- Modalité : Marché public avec procédure adaptée plutôt ciblé vers une équipe de recherche ou bureau d'études familier de ces questions
- Durée : 12 mois, à lancer en 2012.
- Objectifs : analyse et compréhension des stratégies de diversification des débouchés potentiels pour diverses filières artistiques
- Publication : *Cultures études* ou Question de culture (2012).
- Valorisation : à déterminer avec les DG, notamment la DGCA.

► **ÉTUDE : Socio-économie d'une pratique : vivre avec l'art au travers d'une collection**

La fréquentation de l'art contemporain, son commerce au sens ancien du terme pourrait sembler, au travers de l'écho que s'en font les médias, se résumer à un microcosme international réunissant artistes, professionnels de la valorisation (galeristes, *curators*, conservateurs...) et collectionneurs, tous peu ou prou *stars*. Profiter du spectacle que donne ce microcosme au travers expositions et « monstrations » est pour la quasi-totalité des personnes intéressées par l'art contemporain la seule pratique de fréquentation de ces œuvres qu'il leur est hors de question d'acheter. Une autre étude au présent programme vise d'ailleurs à expliciter comment ces procédures de « monstrations » sont partie intégrante de la valorisation de ce type d'œuvres.

On ne saurait oublier une réalité rituellement évoquée dans tous les plans de relance et de développement des arts plastiques et de son marché mais particulièrement mal connue et cernée : la pratique de la collection d'œuvres d'art. C'est le vecteur d'une appropriation et d'une fréquentation dès lors que l'on dépasse la simple fonctionnalité décoratrice. Il y a là un vaste ensemble de pratiques constitutives d'un marché à la fois pour des œuvres nouvelles et pour leur « monstrations » qui font aller de l'art contemporain le plus reconnu aux confins du marché des chromos en passant par l'art moderne. Plusieurs questions se posent : existe-t-il des types différents de collectionneurs caractérisés par leurs disponibilités financières, le spectre de leurs intérêts, leur passage plus ou moins rapide d'un genre ou d'un artiste à un autre, assimilable à une vitesse de circulation...

L'étude à entreprendre devrait conjuguer l'observation et l'analyse qualitative des comportements fondée de manière privilégiée avec des collectionneurs mais aussi des galeristes, des experts, ... à un effort d'estimation quantitative des dimensions de cette réalité

**Mode opératoire**

- Modalité : Marché public avec procédure adaptée plutôt ciblé vers une équipe de chercheurs rassemblant sociologues et économistes connaisseurs de des pratiques et du marché de l'art.
- Durée : 6 mois, à lancer en 2012.
- Objectifs : améliorer la connaissance et les évolutions des acteurs du marché de l'art ainsi que le fonctionnement du premier marché
- Publication : *Culture étude*
- Valorisation : éclairer les conditions de mise en œuvre d'une enquête statistique régulière sur les galeries du premier marché à mettre en œuvre par la DGCA.

► **ÉTUDE : Les conditions économiques du renouvellement créatif dans des secteurs créatifs aux produits copiables sans droit d'auteur**

Traditionnellement, l'une des deux fonctions économiques du droit d'auteur, pour sa composante patrimoniale, est d'inciter pécuniairement à la création/production d'œuvres tout en préservant l'usage de celles-ci pour les auteurs, les exploitants et le public (droits patrimoniaux exclusifs et temporaires). Cette fonction économique concerne notamment les industries culturelles de la musique enregistrée, du livre, de l'audiovisuel et du cinéma. Dans une perspective élargie, d'autres

industries ou secteurs culturels (ou « créatifs ») créent et produisent quotidiennement des œuvres ou des produits sans la protection du droit d'auteur et ce, alors que leurs produits peuvent être copiés et le sont en pratique. Ainsi, par exemple, dans les secteurs de l'art culinaire, de la magie, voire de l'industrie de la mode aux États-Unis dans laquelle les noms de marque et les logos sont protégés mais pas la création (*design*) – vraisemblablement des filières d'industrie créative dans lesquelles on retrouve successivement des phases de création/production, de distribution/diffusion et de mise à disposition au consommateur final. Bien qu'il y existe des marques ou des logos par exemple, il semble que les créateurs ne puissent tirer profit de droits patrimoniaux sur leurs créations ou leurs conceptions. Dans ces conditions, comment a lieu la création, quels mécanismes, systèmes et/ou normes, jouent et sous quelles conditions incitatives se produit quantitativement et qualitativement le renouvellement créatif, comment les secteurs en question perdurent sans propriété intellectuelle sur leurs créations ?

Il s'agirait d'investiguer plusieurs secteurs économiques à l'aide des outils de l'analyse de la sociologie économique dans la perspective de comprendre leur fonctionnement. Ces éléments pourraient présenter un intérêt particulier en apportant notamment des enseignements aux industries culturelles bénéficiant traditionnellement de la protection du droit de propriété littéraire et artistique.

#### **Mode opératoire**

- Modalité : bureau d'études économiques ou équipe de recherche familière de ces questions

- Durée : 12 mois

- Objectifs : connaissance du fonctionnement de secteurs économiques ayant des procédures de protection de la propriété intellectuelle sans droit d'auteur

- Publication : *Culture études* en 2013.

- Valorisation : à déterminer avec la DGMIC et le SAJI du Secrétariat général.

#### **► ÉTUDE : L'autoproduction dans les secteurs culturels**

La pratique de l'autoproduction dans les secteurs ou domaines culturels – encyclopédies, information, jeux et communautés en ligne, logiciels, musique, photographie, vidéo, etc. – était jusqu'à assez récemment un phénomène à la fois ancien, marginal dans l'ensemble de la production et dont la visibilité et la légitimité étaient très variables. Or les mutations des pratiques et des comportements culturels ainsi que les effets produits par la révolution numérique sont de nature à faire évoluer sensiblement ce positionnement.

Un souci de l'expression personnelle se développe, porté par le processus d'individualisation largement à l'œuvre dans les secteurs culturels comme dans l'ensemble de la société, ce qui pousse à des pratiques en amateur avancées. Ces dernières se trouvent à la fois permises et légitimées par le développement d'outils numériques de production de contenus que sont les caméras et appareils photographiques numériques, les logiciels de montage et de traitement de l'image et du son, les *home studios*, les imprimantes et scanners, les téléphones portables et les micro-ordinateurs personnels connectés, etc. Ces instruments rendent possibles la concrétisation de l'expression culturelle individuelle (*user generated contents* ou contenus autoédités numériques, productions « collaboratives », etc.) alors que la Toile fournit de nouvelles possibilités de collaboration dans l'élaboration mais aussi la diffusion et la circulation des créations et de leur appréciation (au travers de sites de fans, de *blogs*, etc.). Image, son et texte, combinés ou pas, sont tout trois concernés.

Il ne s'agit pas de souscrire aux excès possibles d'un discours qui surestimerait la place des contenus culturels aujourd'hui rendue possible par le levier numérique et qui verrait dans l'autoproduction la possibilité d'une désintermédiation complète remettant fortement en cause les fonctions traditionnelles de production, d'édition et de prescription ainsi que la création professionnelle et le droit d'auteur afférent. On peut néanmoins penser que les pratiques d'autoproduction, en se développant, vont quitter leur faible visibilité relative et devenir plus ou moins significatives. Par ailleurs, s'expérimentent bien là des modalités renouvelées d'émergence et

de publication de contenus potentiellement innovants. En attestent certaines créations audiovisuelles bénéficiant du niveau de maîtrise technique d'élèves des écoles d'art ou de la Femis, le lancement par la plate-forme musicale et communautaire Jamendo d'une offre de diffusion de contenus musicaux sous licences de type *Creative Commons* ou Art Libre, ou encore le développement et la diffusion de nombreux contenus de toutes sortes sous licence de libre diffusion (*Creative Commons*, Art Libre, etc.), par exemple dans le domaine des encyclopédies, des *blogs* ou de l'audiovisuel.

On procédera à un examen transversal de la place qu'acquière les pratiques d'autoproduction dans l'ensemble des secteurs culturels et artistiques : audiovisuel, livre et bande dessinée, musique, photographie, etc. Il s'agit d'apprécier, en plus d'un objectif de compréhension du phénomène, le poids que ces pratiques d'autoproduction représentent dans ces secteurs mais aussi d'apprécier leurs enjeux socioéconomiques : dans quelle mesure se produisent un renouvellement des pratiques en amateur, de nouvelles modalités éventuelles de professionnalisation et une évolution tant des processus de prise en charge de la création avec les risques liés que des modes de circulation et de diffusion des contenus. Un travail documentaire et d'investigation sur l'Internet sera essentiel pour dépasser les quelques cas emblématiques généralement mis en avant. En particulier des sources de données issues de sites Internet comme Flickr, Dailymotion, Skyrock.com, etc. pourraient être utilisées. Une série d'études de cas pris dans les différents secteurs permettra d'avancer des éléments de conclusion intersectoriels.

***L'autoproduction dans les secteurs culturels : Mode opératoire***

- **Modalité** : Marché public avec procédure adaptée plutôt ciblé vers des bureaux d'études ou équipes de recherche familières de l'économie numérique.
- **Durée** : 12 mois.
- **Objectifs** : analyse du poids relatif de l'autoproduction dans l'économie culturelle et du développement de modèles d'affaires fondés sur ses contributions, analyse des effets de l'autoproduction sur les professions ; suivi des modèles d'affaires des industries culturelles et médiatiques ; analyse des modes d'articulation entre revenus et propriétés intellectuelles.
- **Publication** : *Culture études* en 2013.
- **Valorisation** : à déterminer avec la DGMIC et le SAJI du Secrétariat général.

► **RECHERCHE : Économie de la création et de la créativité (subvention récurrente)**

Les conditions dans lesquelles s'exercent le travail de création et les activités créatrices sont apparues comme des sujets importants posant en particulier la question de leurs modes de régulation. Simultanément, l'accent se trouve de plus en plus mis sur la créativité et les secteurs qui s'en réclament, ces derniers y puisant les moyens de jouer un rôle potentiellement dynamisant en termes d'attractivité, d'activité économique, d'emploi, de croissance économique de long terme. Le développement de ces secteurs qui s'alimentent en création artistique interroge néanmoins cette dernière quant à ses spécificités.

C'est pourquoi le DEPS, en liaison avec la DGE du ministère de l'Économie, de l'Industrie et de l'Emploi, soutient la mise en œuvre du « Séminaire création » de l'École des Mines avec un horizon très ouvert : cinéma, gastronomie, livre, parfum ou *design* automobile, etc. Ce séminaire a porté ses premiers efforts sur les structures organisationnelles de la créativité (voir *Culture prospective* 2007-5, novembre 2007 qui a contribué à nourrir la problématique des 3<sup>es</sup> journées d'économie de la culture (2-3 octobre 2008) sous Présidence française du Conseil de l'Union européenne « Des industries culturelles aux industries créatives » ou « Culture, économie, médias » dont le thème principal était « La culture facteur de croissance » (16-18 novembre 2008). Le soutien réitéré à ce séminaire pourrait aller de pair avec l'approfondissement de thèmes plus précis, comme la question de la formation à la création, en partenariat avec le ministère de l'Éducation nationale et des laboratoires ayant déjà abordé ces problématiques, mais aussi, à partir du matériau accumulé, un retour sur la question des spécificités de la création artistique dans le champ plus vaste de la créativité.

***Économie de la création et de la créativité : Mode opératoire :***

- **Modalité** : Subvention récurrente annuelle
- **Durée** : 12 mois
- **Objectifs** : Analyse des conditions de mise en œuvre de la création artistique dans le contexte du développement
- **Publication** : *Culture étude*
- **Valorisation** : à déterminer avec l'ensemble des DG par exemple journée de restitution avec les écoles et les DG

## **2 – ANTICIPATION ET SUIVI DES MUTATIONS DES FILIÈRES CULTURELLES**

L'analyse des filières, l'existence de leurs évolutions et la nécessité d'en mieux connaître les particularités a pour vocation, notamment, d'éclairer l'action publique à l'égard des modes d'intervention en faveur de ces filières ou de certains de leurs segments. Les transformations des filières et secteurs culturels sous l'effet, notamment, des conséquences de la révolution numérique et du développement de l'Internet, amènent à proposer des investigations qui adoptent toutes peu ou prou une approche transversale : sur la manière dont l'information sur les contenus culturels est un préalable voire un substitut à leur consommation, sur les modèles économiques émergents en matière d'industries culturelles et médiatiques, sur les nouveaux enjeux pour la formation et l'organisation de la création, sur le développement de l'autoproduction ou encore plus largement sur la manière dont la culture est interrogée par la montée de l'économie de l'usage ou encore sur les mutations de leur économie que connaissent des institutions comme les musées et les bibliothèques.

### **► RECHERCHE : Economie de l'information dans la consommation culturelle**

Les produits culturels sont qualifiés de biens d'expérience, des biens face auxquels les consommateurs se trouvent en situation d'information incomplète dans la formation de leur intérêt puis de leurs intentions d'achat. De plus, la proportion de productions nouvelles est importante dans ce que l'on qualifie parfois d'économie de l'offre. Dès lors, l'information, au sens plus large et courant du terme, joue un rôle crucial dans les processus de consommation culturelle.

L'information est d'abord indispensable pour repérer l'existence même des biens et services, particulièrement ceux qui sont nouveaux, et forger une anticipation de leur utilité potentielle. Ensuite, une véritable consommation d'information se développe, qui se rapproche de la consommation de produits culturels en mobilisant, semble-t-il, le même capital d'expertise du consommateur. Ces deux consommations entretiennent des relations complexes : l'information est le préalable et l'adjuvant à l'acte d'achat mais peut s'« autonomiser » dans l'objectif de maîtriser l'offre et de se tenir au courant. Il n'est d'ailleurs pas exclu que la consommation d'information puisse parfois jouer un rôle de substitut à la consommation culturelle elle-même.

Expliciter de tels mécanismes est essentiel pour apprécier les efforts d'information et de promotion, qu'ils proviennent des filières culturelles elles-mêmes mais aussi des médias, en particulier spécialisés, ou encore des instances publiques dans un souci de diversité de l'offre promue, distribuée ou diffusée, et consommée. L'analyse essaiera d'explicitier économiquement le fonctionnement d'un ou plusieurs marchés de l'information culturelle : offre ; demande ; intermédiaires et dispositifs d'appariement ou de liaison entre offre et demande (coûts de transaction) ; lieux d'échanges et plates-formes ; relations entre ces marchés de l'information et ceux des produits correspondants mais aussi différentes stratégies des individus en la matière.

L'approche sera essentiellement qualitative et pourrait se focaliser sur deux ou trois types de consommations culturelles contrastées en termes d'ampleur de leur diffusion et de renouvellement

de l'offre, en termes de marchés physiques et/ou numériques, ainsi que sur des profils de consommateurs cruciaux pour l'extension des pratiques ou le maintien des marchés : personnes ne consommant plus mais continuant à se tenir au courant, grand public.

***Economie de l'information dans la consommation culturelle : Mode opératoire***

- **Modalité** : appel à propositions de recherche.
- **Durée** : 12 mois en 2012
- **Objectifs** : Mieux comprendre les mécanismes qui conditionnent les pratiques et consommations culturelles
- **Publication** : Résultats synthétiques sous forme d'articles
- **Valorisation** : Séminaire de restitution à l'attention du Ministère et des professionnels

► **APPEL À PROPOSITIONS : Nouvelle économie des institutions culturelles**

Les institutions culturelles territoriales que sont les bibliothèques publiques et les musées connaissent de manière récurrente des interrogations quant à l'exercice de leurs missions voire leur avenir, interrogations qui s'expriment avec insistance dans les débats professionnels que mènent bibliothécaires et conservateurs. Ces interrogations sont aujourd'hui renforcées alors qu'est en train de s'achever une grande période de mutations pour ce type d'institutions : implantation de nouveaux équipements ou rénovation des équipements existants, ce qui témoigne d'un effort important consenti par les collectivités territoriales avec l'appui du ministère de la Culture et de la Communication. Simultanément leurs moyens ont été remis à niveau, ce qui permis la diversification de leur offre d'activités : développement de la valorisation et de la mise en scène des collections, organisation d'expositions temporaires et d'événements. Ceci en a fait des établissements à la fréquentation accrue qui ont connu une expansion des publics – même si cette dernière se fait désormais plus faible – et transformé le rapport à leurs publics et leurs pratiques de médiation.

Dans le même temps, ces institutions culturelles à la visibilité renouvelée car développant des stratégies de communication sont devenues des éléments clefs des politiques culturelles locales et n'échappent pas pour les plus grandes d'entre elles à des logiques de « starisation ». Cette évolution va de pair avec un renforcement du rôle identitaire des musées au niveau local et rend plus cruciales les capacités de collaboration et de mise en réseau avec les autres acteurs culturels locaux et les autres institutions au sein des réseaux professionnels.

L'économie de ces institutions est en mutation à la fois parce qu'elle tend à intégrer des éléments de l'économie du spectacle vivant et de l'événementiel mais aussi parce que les conditions d'articulation la plus pertinente possible culturellement entre l'accès aux collections et l'offre de services proposée et les attentes et les pratiques d'usage et d'appropriation des publics se modifie sensiblement. En effet, la révolution numérique vient ouvrir largement l'espace de cette articulation et, partant, des missions et des modalités d'exercice de ces institutions. Cela se produit à un moment où les budgets des collectivités territoriales se trouvent de plus en plus contraints et où une pression significative tend à s'exercer par exemple sur les dépenses de personnel. Dans le même temps, la concurrence s'accroît avec les autres équipements culturels pour ce qui est de leur contribution à la vie culturelle locale au travers de services qui ne relèvent pas de leur strict cœur de métier voire la recherche de recettes propres.

Dès lors, les interrogations des responsables de ces institutions se portent sur les stratégies des établissements, les rapports avec leurs tutelles et les modes de gestion. Comment articuler maîtrise renouvelée des collections et des outils pour les mettre à disposition, écoute des publics, de leurs besoins et de leurs attentes, et insertion dans les politiques territoriales ?

Il est donc crucial d'approfondir les évolutions de cette économie des institutions culturelles pour en préciser les enjeux selon les différents contextes territoriaux et les caractéristiques des établissements. En prenant en compte les acquis de l'approche institutionnelle, on abordera les questions suivantes : place des activités et compétences scientifiques ou spécialisées

(bibliothéconomiques, muséologiques...), politique numérique, ingénierie des services proposés, politique des publics et tarification, rôle de l'événementiel, rôle des réseaux d'équipements, etc. Une analyse monographique d'échantillons raisonnés de bibliothèques et médiathèques devrait permettre de distinguer les types de modèles possibles et leurs évolutions. La référence à quelques musées étrangers aux caractéristiques très typées sera aussi mobilisée.

<p><b>Nouvelle économie des institutions culturelles : Mode opératoire</b></p> <p>- <b>Modalité</b> : bureaux d'études ou équipes de recherche possédant une bonne connaissance des établissements culturels et de la lecture publique.</p> <p>- <b>Durée</b> : 12 mois.</p> <p>- <b>Objectifs</b> : analyse et typologie des modèles économiques des équipements culturels locaux (médiathèques, bibliothèques, musées...) afin de favoriser l'évolution de ces équipements dans leur fonctionnement et leur mise en réseau eu égard à leurs enjeux pour les publics et les territoires.</p> <p>- <b>Publication</b> : <i>Question de culture</i> 2012.</p> <p>- <b>Valorisation</b> : à déterminer avec la DGPAT, la DGMIC et le DAT pour les collectivités locales par exemple dans le cadre du Conseil.</p>
---

**ÉTUDES OU RECHERCHES INITIÉES EN 2011  
DONT LE PROGRAMME S'EXECUTE EN 2012 OU 2013 :**

<b>Nature</b>	<b>Titre</b>	<b>Durée</b>
Statistique	<i>Constitution d'un référentiel et d'un répertoire des unités culturelles</i>	24 mois
Statistique	<i>Préparation d'une enquête régulière sur les commerces du premier marché des oeuvres d'art</i>	6 mois
Etude	<i>Nouveaux modèles : les formes diversifiées de valorisation du spectaculaire</i>	12 mois
Etude	<i>Socio-économie d'une pratique : vivre avec l'art au travers d'une collection</i>	6 mois
Etude	<i>Les conditions économiques du renouvellement créatif dans des secteurs créatifs aux produits copiables sans droit d'auteur</i>	12 mois
Étude	<i>L'autoproduction dans les secteurs culturels</i>	9 mois
Recherche	<i>Économie de la création et de la créativité</i>	12 mois
Recherche	<i>Economie de l'information dans la consommation culturelle</i>	12 mois
Recherche	<i>Nouvelle économie des institutions culturelles</i>	12 mois

## INTERVENTIONS PUBLIQUES ET REGULATIONS

### PROGRAMME IV

---

#### MÉTHODOLOGIES STATISTIQUES

##### • Amélioration du suivi de la fréquentation touristique des sites et événements culturels : expérimentation d'un panel national et étude qualitative sur trois régions

Un premier diagnostic des sources et dispositifs existants en matière de suivi de la fréquentation touristique des sites et événements culturels a été conduit dans le cadre d'une étude de faisabilité menée avec la direction du tourisme en vue de la création d'un outil partagé entre les deux ministères.

Un groupe de projet regroupant les services concernés du ministère de la Culture et ceux de la direction du Tourisme, ainsi que Atout France, l'agence de développement touristique de la France, est chargé de la conception et de la mise en œuvre d'un dispositif partagé de suivi de la fréquentation touristique d'un panel national de sites et d'événements culturels. Ce panel intégrera également les territoires d'outre-mer.

Ce projet s'inscrit dans le cadre de la convention culture tourisme, liant les deux ministères.

Dans le prolongement de ce travail, afin d'approfondir la connaissance de la fréquentation permettant de conduire à une approche en terme de publics, un projet d'étude qualitative sera mené dans trois régions, en vue d'identifier les voies d'une amélioration de la connaissance des profils socioculturels des clientèles et de leurs provenances et à préfigurer les mécanismes à mettre en place pour y parvenir, concernant tant les outils nécessaires au recueil des informations au niveau de chaque site que les circuits de remontée et de mise en accessibilité de l'information.

Mode opérationnel : Marché public avec procédure adaptée

Durée : 6 mois

##### • Enquête statistique nationale sur les dépenses culturelles des collectivités locales

L'enquête menée auprès des communes, intercommunalités, départements et régions vise à connaître les dépenses des collectivités locales dans le domaine culturel et leur évolution. Elle évalue les dépenses culturelles en Euros par habitant et le poids relatif de ces dépenses dans les budgets locaux. Les dépenses sont ventilées par nature : dépenses de fonctionnement et d'investissement, notamment dépenses de personnel, dépenses directes et subventions. Les dépenses sont également réparties par grands domaines culturels.

Cette nouvelle édition de l'enquête, qui portera sur les comptes administratifs 2010, s'appuiera sur un nouvel échantillon des communes de plus de 10 000 habitants. De même, deux autres études de faisabilité en cours détermineront la possibilité et les conditions d'une ventilation plus fine des dépenses culturelles régionales (suivant la nomenclature plus détaillée des communes) et d'une enquête auprès des collectivités d'Outre-mer.

Mode opérationnel : Marché public avec procédure formalisée

Durée : 12 mois, à lancer en 2012.

#### ► RECHERCHE : Territorialité de la vie culturelle

Partir des questionnements, des savoirs et des corpus scientifiques développés pour le niveau territorial ou local doit permettre, d'une part, d'enrichir, d'élargir et de préciser la connaissance générale que l'on peut retirer des approches nationales et, d'autre part, de déterminer des thèmes et des champs d'investigation renouvelés, à la fois à l'échelle locale et au niveau national (voire inter ou supra national).

Il s'agit d'explorer des phénomènes généraux liés aux facteurs territoriaux dont on constaterait qu'ils exercent une influence, et renvoyant à un certain nombre de concepts clés, tels que la proximité ou la mobilité, pour la compréhension desquels il est nécessaire d'aller au plus près des phénomènes à observer. On privilégiera :



- l'approche des disparités territoriales, les manifestations du local (par exemple, en partant des disparités révélées par les outils statistiques nationaux, sans s'y limiter) ;
- les nouvelles thématiques d'études de la vie culturelle au niveau local (cela recouvre les thématiques ne pouvant être abordées qu'à un niveau géographique fin ou les thématiques inexplorées [ou encore peu explorées] jusqu'alors, ainsi que les thèmes d'étude des disciplines pas ou peu mobilisées pour l'analyse de la vie culturelle locale) ;
- les approches croisées sur un territoire : analyses pluri-thématiques et/ou pluridisciplinaires.

Destinées à poser les problématiques travaillées dans le champ des études et des recherches territoriales en matière culturelle et des politiques culturelles, les contributions attendues devraient ainsi cerner de nouvelles questions, liées à plusieurs thématiques (ré-)émergentes telles que :

- la (les) culture(s) qui fait (font) territoire(s) : identités, folklore, rites, terroirs, A.O.C., gastronomie, langues, « ambiances » et « esprit des lieux » ; *la culture des lieux / les lieux de culture*
- enracinement et attachement « culturels » : naître, résider, travailler, ... « quelque part », les artistes « liés » à un territoire, extensions géographiques, réelles ou virtuelles, des appartenances ; *les liens individuels et collectifs au(x) territoire(s) et la culture*
- ce que la(les) mobilité(s) et les échanges culturels font au(x) territoire(s) : nomadisme, itinérance, frontières, perméabilité, conflits, ambassades ; *flux culturels et territoire(s)*
- aménagement, urbanisme et culture : « déserts culturels », failles et « non lieux », vides et trous des territoires (entrées de ville, giratoires,...) ; qualité(s) et valeur(s) des territoires, culture durable ; *la culture et l'espace*
- *institutions territoriales et culture* : découpages territoriaux, histoire et perspectives, les visions contrastées d'un même territoire et financements croisés, le partenariat, la compétence culturelle, les différentes conceptions du rôle de la culture dans les grande métropoles, la réalité de la notion d'outre-mer ;
- *numérique et territoire* : territoires virtuels, « non géographiques », « géo-localisation culturelle »,...

Destiné à établir l'état de l'art et des questions concernant la culture et le(s) territoire(s), permettant de rendre visible et de consolider ce champ d'études et de recherche, l'ensemble des contributions devraient contribuer à la réflexion en terme épistémologique d'abord, sur le sens de la variable territoire en matière culturelle, en terme de politique culturelle ensuite et, en mobilisant les approches ethnologique, anthropologique et sociologique enfin, sur les significations des dimensions culturelles des lieux, des espaces, des flux,... croisées avec celles des individus, des groupes ou communautés et de leurs représentants institutionnels.

#### **Mode opératoire**

- Modalités : Appel à communications
- Durée : 12 mois
- Objectifs : analyse des dimensions territoriales de la culture et des politiques culturelles, analyse de la place de la culture dans les dynamiques territoriales
- Publication : *Questions de culture*
- Valorisation : Colloque

#### **► RECHERCHE : L'impact d'événements culturels uniques importants sur l'activité économique locale, régionale ou nationale**

L'impact économique d'un événement culturel important unique (ou exceptionnel ou singulier ou non régulier) ou d'une série d'événements culturels importants uniques – par exemple, au niveau national, une « capitale européenne de la culture » (Lille, en 2004), une exposition temporaire exceptionnelle, la Biennale de Paris, l'édition parisienne de la Nuit blanche, une exposition universelle, etc. – attirant sur une période courte de nombreux visiteurs (au sens large) de

l'extérieur d'un territoire environnant prédéfini a pu être invoqué par les communicants, les médias et les politiques pour venir justifier l'octroi de fonds publics.

De manière exploratoire, il s'agirait de s'inspirer directement de la littérature en économie du sport sur l'analyse rétrospective des effets produits localement par la tenue d'événements sportifs uniques importants (Jeux olympiques d'été ou d'hiver, coupes du monde, *Super Bowl*, etc.) pour estimer à l'aide d'outils économétriques et de données agrégées disponibles sur moyenne et longue période (séries temporelles), pour des territoires de différentes tailles, l'impact économique d'un échantillon de quelques événements culturels importants uniques pour un certain nombre de variables : valeur ajoutée, rémunérations individuelles, emploi, taux de chômage, recettes fiscales, ventes imposables, etc. La première étape du travail consisterait à identifier des événements culturels qui soient raisonnablement comparables aux événements sportifs en question, la deuxième étant d'investiguer sur les données nécessaires au travail d'analyse statistique avant de faire celui-ci.

On ajoutera qu'un travail rétrospectif analogue pourrait aussi concerner, parallèlement, l'impact économique de quelques *équipements* culturels importants récents.

#### **Mode opératoire**

- Modalité : subvention de recherche
- Durée : 12 mois, à lancer en 2012.
- Objectifs : Meilleure appréhension de l'évaluation statistico-économique de l'« impact économique » d'événements culturels uniques
- Publication : *Culture études*
- Valorisation : Réunion de restitution

#### **► RECHERCHE : Les méthodes micro-économétriques appliquées à l'évaluation des politiques publiques en matière culturelle**

L'économiste dispose aujourd'hui d'une boîte à outils de plus en plus développée et diversifiée pour évaluer empiriquement – économétriquement – les politiques publiques, pourvu que des données statistiques exploitables suffisamment fiables lui soient disponibles. Ces outils sont ceux de l'analyse économique, cette dernière cherchant en particulier à distinguer tous les effets produits possibles (dont ceux parfois qualifiés de « pervers »), pas seulement celui ou ceux explicitement (quand c'est le cas) visés par le décideur public (ce que l'on voit, relativement à ce que l'on ne voit pas) et/ou assez facilement mesurables. De plus, outre qu'elle tend à éviter toute erreur de composition, l'analyse économique cherche avantageusement à éviter toute erreur de causalité et à raisonner « toutes choses égales par ailleurs ».

Dans le domaine culturel, l'intervention publique et parapublique concerne les dépenses directes (subventions et aides de nature pécuniaire diverses), la fiscalité au sens large (réductions, déductions et crédits d'impôt, taxes diverses, etc.) et la réglementation des marchés (quotas de diffusion, prix unique imposé, droits de la propriété littéraire et artistique, politique de la concurrence, obligations d'investissement...). Pour ces trois modes généraux d'intervention, il s'agirait de détailler de manière introductive, non technique, pédagogique et critique – dans un prochain numéro de *Culture méthodes* du DEPS, par exemple – les méthodes micro-économétriques d'évaluation de politiques publiques qui existent aujourd'hui, en expliquant notamment pour chaque cas quel type de données statistiques est nécessaire pour un travail d'évaluation approprié. Ces éléments de méthode pourraient intéresser toute direction du ministère souhaitant évaluer un ou plusieurs de ses dispositifs d'intervention.

#### **Mode opératoire**

- Modalité : Commande de note d'auteur
- Durée : 6 mois
- Objectifs : Meilleure appréhension de l'évaluation des politiques publiques sous l'angle économique
- Publication : *Culture méthodes*
- Valorisation : Réunion d'information auprès des DG

**PROGRAMME 4 :**  
**RÉCAPITULATIF DES ÉTUDES OU RECHERCHES INITIÉES EN 2011**  
**DONT LE PROGRAMME S'EXECUTE EN 2012 OU 2013**

Nature	Titre	Durée
Étude	<i>Amélioration du suivi de la fréquentation touristique des sites et événements culturels : expérimentation d'un panel national et étude qualitative sur trois régions</i>	6 mois
Etude	<i>Enquête statistique nationale sur les dépenses culturelles des collectivités locales</i>	12 mois
Recherche	<i>Territorialité de la vie culturelle : Appel à contributions + séminaire ou colloque</i>	12 mois
Recherche	<i>L'impact d'événements culturels uniques importants sur l'activité économique locale, régionale ou nationale</i>	12 mois
Note d'auteur	<i>Les méthodes micro-économétriques appliquées à l'évaluation des politiques publiques en matière culturelle</i>	6 mois

## LE NUMERIQUE DANS LE CHAMP DE LA RECHERCHE ET DES ETUDES, ET LE GROUPEMENT D'INTERET SCIENTIFIQUE «CULTURE-MÉDIAS & NUMÉRIQUE»

---

### AXE 1 : LES MUTATIONS DU TEXTE NUMÉRIQUE

En ce qui concerne cet axe, rappelons que, dans la période de préparation du GIS, des études ont été lancées et réalisées en 2009-2010 sur l'économie du livre numérique. En 2010, à la suite d'un appel à proposition, deux recherches ont été lancées sur le thème « presse et numérique ». Enfin, à la demande de la Délégation à la langue française et aux langues de France, une étude sur le thème « Numérique, langues, culture et communication » a été lancée fin 2010.

L'actualité de la question du texte numérique (transformation des industries de l'information en industries culturelles, nouveaux modèles économiques, apparition de nouveaux dispositifs de lecture, numérisation des livres d'éditeurs et de bibliothèques, interrogation sur les effets cognitifs et culturels des pratiques numériques, notamment sous l'angle générationnel), justifie le programme « Texte numérique » qui s'attache aux effets économiques, sociaux et culturels des métamorphoses de la culture du texte.

Le travail du GIS sur le thème du « texte numérique » s'appuiera sur un appel à propositions de recherche portant sur les points suivants : les pratiques d'écriture et de lecture des publics du numérique ; les relations entre technologie, médias et texte ; les logiques culturelles, intellectuelles et cognitives de la numérisation ; les modèles économiques et juridiques ; les stratégies. Cet appel à propositions, inscrit au programme 2012-2013, aura été précédé d'une étude sur l'état de l'art de la recherche sur le texte numérique lancée en 2010.

#### **Mode opératoire :**

- Modalité : Appel à proposition de recherches.
- Durée : 12 mois.
- Objectifs : connaître les effets économiques, sociaux et culturels des métamorphoses de la culture du texte.
- Publication : à définir.
- Valorisation : à définir.

### AXE 2 : ANALYSE DES USAGES NUMÉRIQUES

Un séminaire regroupant chercheurs, statisticiens, méthodologues, professionnels sera organisé. Inscrit au programme 2010-2011 et reconduit, il associera des représentants du ministère, des sociétés de sondage, des autorités de régulation, et des laboratoires de recherche du GIS ou hors du GIS. Ce séminaire s'intéressera notamment aux outils développés par les acteurs publics ou privés, nationaux comme internationaux, pour la mesure des pratiques culturelles et médiatiques numériques. Il pourra s'appuyer sur une étude lancée en 2010, portant sur un « recensement raisonné des outils de suivi et de mesure des usages culturels du numérique et des pratiques culturelles et médiatiques « classiques » affectées par le numérique ».

#### **Mode opératoire :**

- Modalité : séminaire de 8 séances
- Durée : 12 mois à partir de septembre 2012
- Objectifs : définir le champ et les dispositifs d'observation des pratiques culturelles numériques
- Publication : sans
- Valorisation : séminaire

### AXE 3 : PROPRIÉTÉ LITTÉRAIRE ET ARTISTIQUE

Etat de l'art des réflexions sur la propriété littéraire et artistique à l'ère du numérique : les droits de propriété littéraire et artistique subissent certaines remises en cause sous l'effet des mutations économiques et sociales permises ou engendrées par le nouvel environnement numérique et les stratégies des acteurs industriels. Ces transformations affectent sensiblement la performance de la PLA comme instrument de régulation.

D'une part, l'apparition des nouvelles industries culturelles venant des industries de l'information, telles Google, Amazon, Apple, ne se traduit pas seulement par leur prise de position dans l'édition et la distribution, mais aussi par l'apparition de nouveaux types de marchés, où la chaîne de valeur ne correspond plus au modèle implicite du droit de la PLA. D'autre part, le développement des pratiques numériques culturelles et médiatiques se traduit non seulement par des écarts à la norme retentissants mais aussi par l'apparition de nouvelles formes juridiques dont la consistance et la pertinence doivent être mesurées.

L'étude sur « l'équilibre des droits de propriété littéraire et artistique » est conçue comme une réflexion de prospective à dix ans, prenant en compte les dimensions nationale, européenne et internationale de ces droits, en se concentrant sur leurs finalités ou fonctions. Une telle démarche implique d'être pluridisciplinaire (droit, économie, sociologie et philosophie du droit, sciences politiques). Elle s'intéressera notamment aux mutations de notions centrales : œuvre, reproductibilité, propriété, accès/exclusivité, contrefaçon, etc. en examinant les nouveaux équilibres qui se dessinent entre : le ou les auteur(s), les investisseurs (éditeurs, producteurs...), les distributeurs, diffuseurs, les différents types d'intermédiaires, et le(s) public(s). La réalisation de cet axe passera d'abord par une commande d'articles de nature à éclairer les acteurs à l'occasion du G8 relatif à la Propriété littéraire artistique.

#### **Mode opératoire :**

- Modalité : Marché public à procédure adaptée
- Durée : 12 mois 2012
- Objectifs : Prospective croisant droit et économie
- Publication : A définir
- Valorisation : A définir

### AXE 4 : MODÈLES ÉCONOMIQUES NUMÉRIQUES

Un programme de recherche a été lancé sur « l'analyse et le suivi des modèles économiques émergents des industries culturelles et de communication » à la demande de la DGMIC.

Ce programme prend la forme d'un séminaire « Contenus numériques et modèles d'affaires innovants ». Ce séminaire a une forme originale : à chaque séance, un entrepreneur ou praticien présente le modèle d'organisation de son entreprise, son expérience auprès de spécialistes du numérique: autres entrepreneurs, experts académiques et économistes...

Lancé en juin 2011, le séminaire comprendra huit séances et devrait s'achever en juin 2012.

#### **Mode opératoire :**

- Modalité : Séminaire de 8 séances
- Durée : 12 mois à partir de juin 2011
- Objectifs : organisation participative visant à communiquer sur les modèles d'affaires
- Publication : à définir
- Valorisation : séminaire

## AXE 5 : LES RECHERCHES PONCTUELLES

### ► PROSPECTIVE : Industries créatives et numériques et stratégie de puissances.

Le numérique n'est pas seulement au cœur de la « société de l'information » et de la « société de la connaissance ». Il constitue aussi un élément-clé des politiques concurrentielles menées autour de la notion d'« industries créatives ».

Dans ce domaine, la place et l'orientation des principales puissances diffèrent sensiblement. En particulier, depuis 2008, c'est la Chine qui compte le plus grand nombre d'utilisateurs de l'internet, et devrait rapidement devenir le premier marché du numérique. Jusqu'à présent si « l'atelier du monde » et plus généralement l'Asie étaient entrés en force dans la production sous – traitée de matériels, puis de logiciels, la conception, le design et finalement le marketing restaient du côté américain, ou, à un moindre degré européen. L'Inde et les puissances de l'Asie du Sud (Indonésie, Corée, Malaisie, Corée) avec des acteurs industriels, (Hong-Kong, Singapour) comme places de marchés, participent activement au déplacement du centre de la puissance technologique et culturelle à l'Orient.

Cette situation pourrait changer rapidement : fin 2010, le pouvoir central chinois a décidé le « passage aux industries créatives » de l'économie chinoise. L'Europe ne peut se contenter de continuer à puiser son inspiration dans le modèle américain ; elle doit clairement et urgemment prendre en compte ces « nouveaux » entrants dans les industries créatives et le numérique que sont la Chine et l'Inde.

Cette étude de nature prospective prendra donc la mesure des importantes transformations en cours, en présentant la stratégie et l'action des Etats Unis, de l'Union Européenne, de la Chine et de l'Inde dans la période en cours. Elle doit permettre d'associer dans un groupe de travail l'administration centrale, les établissements publics, des opérateurs culturels (Bureau export de la musique, Unifrance, ...) mais aussi des institutions extérieurs au ministère.

#### Mode opératoire :

- Modalité : Marché public
- Durée : 12 mois 2012
- Objectifs : Obtenir un tableau à jour des politiques
- Publication : Culture prospective 2013
- Valorisation : A venir

### RÉCAPITULATIF DES ÉTUDES OU RECHERCHES INITIÉES EN 2011 DONT LE PROGRAMME S'EXECUTE EN 2012 OU 2013

Nature	Titre	Durée
Recherche	<i>Les mutations du texte numérique</i>	12 mois
Séminaire	<i>Séminaire « Analyse des usages numériques »</i>	12 mois
Recherche	<i>Propriété littéraire et artistique : équilibres et articulations des droits</i>	12 mois
Séminaire	<i>Modèles économiques numériques</i>	6 mois
Étude	<i>Industries créatives et numériques et stratégie de puissances</i>	12 mois

**TABLEAU RECAPITULATIF DES ETUDES PROGRAMMEES EN 2011,  
A LANCER EN 2012-2013**

Nature	Titre	Durée
<b>Emploi, travail, activités</b>		
Statistique	Exploitation statistique longitudinale des données de la caisse nationale des congés spectacles	12 mois
Etude	La retraite dans les métiers artistiques : élargissement à d'autres métiers	24 mois
Recherche	Les différents temps professionnels dans les métiers de la création	12 mois
<b>Univers culturels et transmission</b>		
Recherche	Univers culturels et genre	24 mois
Etude	Les valeurs culturelles des Français	24 mois
<b>Économie de la culture et de la communication</b>		
Statistique	Constitution d'un référentiel et d'un répertoire des unités culturelles	24 mois mini
Statistique	Préparation d'enquêtes sur les commerces du marché de l'art	6 mois
Etude	Nouveaux modèles : les formes diversifiées de valorisation du spectaculaire	12 mois
Etude	Socio-économie d'une pratique : vivre avec l'art au travers d'une collection	6 mois
Etude	Les conditions économiques du renouvellement créatif dans des secteurs créatifs aux produits copiables sans droit d'auteur	12 mois
Étude	L'autoproduction dans les secteurs culturels	9 mois
Recherche	Économie de la création et de la créativité	12 mois
Recherche	Economie de l'information dans la consommation culturelle	12 mois
Recherche	Nouvelle économie des institutions culturelles	12 mois
<b>Interventions publiques et régulations</b>		
Étude	Amélioration du suivi de la fréquentation touristique des sites et événements culturels : expérimentation d'un panel national et étude qualitative sur trois régions	6 mois
Etude	Enquête statistique nationale sur les dépenses culturelles des collectivités locales	12 mois
Etude	Territorialité de la vie culturelle : Appel à contributions + séminaire ou colloque	12 mois
Recherche	L'impact d'événements culturels uniques importants sur l'activité économique locale, régionale ou nationale	12 mois
Dt auteur	Les méthodes micro-économétriques appliquées à l'évaluation des politiques publiques en matière culturelle	6 mois
<b>Projets numériques et GIS Culture-médias &amp; numérique</b>		
Recherche	Les mutations numériques du texte	12 mois
Séminaire	Séminaire « Analyse des usages culturels numériques »	12 mois
Etude	Équilibres et articulations des droits de propriété littéraire et artistique	12 mois
Etude	Modèles économiques numériques	12 mois
Etude	Industries créatives et numériques et stratégie de puissances	12 mois