
 <p>Liberté • Égalité • Fraternité RÉPUBLIQUE FRANÇAISE</p>  <p>Ministère Culture</p>	<p>APPEL À PROJETS DE RECHERCHE du Département des études, de la prospective et des statistiques</p> <p>18 juillet 2018</p>
--	--

LA DIVERSITÉ CONSOMMÉE SUR LES MARCHÉS DU LIVRE, DE LA MUSIQUE ENREGISTRÉE ET DE LA VIDÉO

Sommaire

- I. Contexte, objectif et thèmes suggérés
- II. Modalités administratives
- III. Annexe 1 : Remise d'un texte destiné à sa publication par le DEPS, quelques règles de présentation
- IV. Annexe 2 : Demande de subvention de recherche
- V. Annexe 3 : Autorisation institutionnelle de participation à l'appel à projets de recherche

I. CONTEXTE, OBJECTIF ET THÈMES SUGGÉRÉS

Contexte

Depuis au moins deux décennies, le développement des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) ou de la révolution dite numérique dans le domaine des arts, de la culture et des médias a suscité, compte tenu des vertus « démocratisantes » qui lui sont prêtées, de nombreux espoirs en matière de diversité culturelle et de pluralisme médiatique, tout en suscitant beaucoup d'interrogations sur l'avenir des acteurs traditionnels des différentes filières de la culture et des médias.

La numérisation progressive des œuvres et des contenus s'est accompagnée de plusieurs facilités dont le cumul est inédit : décomposition ou désagrégation, reconstitution, mixage, réduction ou compression, stockage, conservation sans dépréciation (absence d'usure), accumulation, consultation, reproduction ou clonage, distribution ou diffusion, mise à disposition, d'échange, de partage, etc. Liées aux diverses technologies récentes de production d'œuvres et de contenus accessibles à tout un chacun et aux nombreux canaux qui existent aujourd'hui pour informer et s'informer, ces facilités, en réduisant substantiellement les coûts de production, de distribution et de promotion, ont bouleversé l'organisation et le fonctionnement des industries de la culture et des médias traditionnelles. Plusieurs menaces et promesses sont associées à ces évolutions dont une partie peut être précisée ici. Vis-à-vis des craintes, au-delà de la réaction naturelle des acteurs traditionnels des filières culturelles à la survenance de chocs technologiques disruptifs impliquant une reconfiguration substantielle de celles-ci, deux éléments peuvent être détachés. D'abord, l'amplification des comportements de piratage numérique qu'il est difficile de ne pas lier à la forte chute, à partir du début des années 2000, des ventes de musique enregistrée et de vidéos – avec une menace potentielle sur le renouvellement qualitatif des produits proposés au consommateur. Ensuite, la possibilité qu'une surabondance de produits offerts et d'informations disponibles sur eux conduise finalement, en économie de l'attention, à un affaiblissement de la diversité des produits finalement choisis par le consommateur, en réaction à une sorte de « tyrannie du choix » due à une variété excessive de produits¹.

La révolution numérique a cependant favorisé un peu plus une démocratisation de la production d'œuvres et de contenus (autoproduction, autoédition...) et une décentralisation de la capacité à les mettre à disposition au consommateur, conduisant à la fois à un accroissement important du nombre de produits disponibles mais aussi à un affaiblissement vraisemblable du rôle des intermédiaires traditionnels (labels, éditeurs, managers, agents, promoteurs, prescripteurs...), au profit de transactions plus directes entre créateurs/producteurs et consommateurs finaux. En outre, l'accès légal et illégal aux œuvres et contenus a été favorisé par le développement de plates-formes internet de distribution et de diffusion ainsi que par l'entrée d'autres acteurs économiques numériques qui ont contribué à une meilleure information des consommateurs sur les produits (effet de recommandation²). Dans ce contexte, l'hypothèse dite de la « longue traîne », popularisée par Chris Anderson au milieu des années 2000³, est associée à un plus grand pluralisme médiatique et une plus grande diversité culturelle, tant du côté de l'offre que du côté de la consommation.

Sur ce dernier point, plusieurs questions ont récemment fait l'objet d'investigations empiriques : comment les consommations culturelles évoluent-elles sous l'angle de la diversité à l'ère numérique de l'abondance de l'offre d'œuvres et de contenus ? dans quelle mesure les données

¹ "You choose", *The Economist*, Christmas Specials, Dec. 18th, 2010.

² Marc BOURREAU *et al.*, « Une analyse économique du phénomène de la longue traîne dans les industries culturelles », *Revue française d'économie*, n° 2 / vol. XXX, nov. 2015.

³ Chris ANDERSON, "The Long Tail", *Wired*, October 2004 ; Chris ANDERSON, *The Long Tail: Why the Future of Business Is Selling Less of More*, New York: Hyperion, 2006.

de marché sur les ventes et la consommation d'œuvres et contenus numérisés confirment-elles les promesses qui ont accompagné l'essor des NTIC ? ces données valident-elles l'hypothèse de la longue traîne selon laquelle les marchés de niche sont appelés à se développer davantage à l'avenir, contribuant ainsi à réduire le niveau global de concentration des ventes ?

Ces questions, qui étaient au cœur des travaux publiés par le Département des études, de la prospective et des statistiques du ministère de la Culture (DEPS) au tournant des années 2010⁴, demeurent plus que jamais d'actualité car les achats et les consommations en ligne de contenus dématérialisés ont considérablement progressé au cours de la dernière décennie. C'est la raison pour laquelle le DEPS a entrepris une actualisation des travaux pionniers engagés sur l'évolution de la diversité des consommations culturelles en ayant recours à la même source de données (celles du panel Distributeurs de l'institut d'études de marché GfK qui recense l'ensemble des achats des consommateurs à partir d'un échantillon représentatif de points de vente) et en mobilisant à nouveau l'approche tridimensionnelle de la diversité développée par Andrew Stirling autour des notions de variété, d'équilibre et de disparité⁵. Les principaux résultats du travail mené pour la période 2007-2016 sur les marchés du livre et de la musique enregistrée feront l'objet de deux publications dans la collection *Culture études* du DEPS en septembre 2018 qui viendront compléter les données sur le marché de la vidéo que le Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC) a récemment publiées⁶. Ces différentes publications offrent une première vue d'ensemble des principales tendances en matière de diversité des consommations sur les marchés culturels.

Objectif

L'objet du présent appel à projets de recherche est de prolonger cette première série de travaux en favorisant la réalisation de recherches plus approfondies sur la diversité de la consommation culturelle mais aussi sur d'autres thèmes liés. Dans cette perspective, le DEPS met à disposition des chercheurs

- les données de ventes et de consommations en flux (*streaming*) du panel Distributeurs de l'institut GfK sur la période 2006-2017 pour les marchés du livre, de la musique enregistrée et de la vidéo, ainsi que
- les données déclaratives de consommations (achats, locations et fréquences de consommation de produits culturels physiques et numérisés) du panel Consommateurs (de 15 ans et plus) de l'institut GfK sur la période juillet 2013-2017, représentatif de la population française.

Données exploitées

Il s'agit plus précisément de soutenir des projets de recherche inédits et originaux traitant un ou plusieurs des thèmes décrits ci-dessous et reposant concrètement sur des analyses statistiques et/ou économétriques de données individuelles issues des bases GfK (voir encadré ci-après pour une description). L'exploitation des données GfK pourra naturellement être enrichie de celle de données – quantitatives et/ou qualificatives – issues d'une ou plusieurs autres sources.

⁴ Voir les *Culture études* 2011-4 et 2011-5 pour les marchés du livre et de la musique enregistrée et le *Culture méthodes* 2011-1 pour le marché des vidéogrammes. Voir aussi Françoise BENHAMOU, Stéphanie PELTIER, « Une méthode multicritère d'évaluation de la diversité culturelle : application à l'édition de livres en France », in Xavier Greffe (coord.), *Création et diversité au miroir des industries culturelles. Actes des Journées d'économie de la culture*, Paris, DEPS-ministère de la Culture et de la Communication, coll. « Questions de culture », 2006, p. 313-344 ; Pierre-Jean BENGHOZI, Françoise BENHAMOU, « Longue traîne : levier numérique de la diversité culturelle ? », *Culture prospective*, 2008-1 ; Tristan MATTELART, « Enjeux intellectuels de la diversité culturelle. Éléments de déconstruction théorique », *Culture prospective*, 2009-2.

⁵ Andrew STIRLING, "On the Economics and Analysis of Diversity", Electronic Working Papers Series, Paper No. 28, December 1998 ; Andy STIRLING, "A general framework for analysing diversity in science, technology and society", *Journal of the Royal Society Interface*, vol. 4, issue 15, 22 August 2007.

⁶ CNC, *Observatoire de la V&D*, décembre 2017 et CNC/CSA, *La vidéo à la demande par abonnement en France : marché et stratégies des acteurs*, mai 2018.

Se verront accorder une attention particulière les projets portant plus ou moins directement sur un ou plusieurs des cinq thèmes suggérés ci-dessous. Ceux-ci n'épuisent évidemment pas le sujet et d'autres sujets d'investigation pourront être proposés et répondre aux attentes du DEPS (voir thème 5).

Thèmes suggérés

Thème 1 : Comment mesurer le pluralisme, la diversité ?

La plupart des travaux sur la diversité dans les industries culturelles retiennent comme cadre de référence le modèle tridimensionnel de Stirling, d'où une double interrogation :

- quels sont les indicateurs les plus pertinents pour mesurer les trois dimensions de Stirling, en particulier celle de la disparité ? comment les construire ? comment les adapter aux données disponibles ? ;
- d'autres cadres théoriques peuvent-ils être mobilisés pour aborder la question de la diversité culturelle mais aussi du pluralisme dans les médias ?

La disparité est la dimension de la diversité dont la mesure soulève le plus de difficultés dans le modèle de Stirling compte tenu de la multiplicité des critères susceptibles d'être mobilisés pour rendre compte du degré d'originalité des produits et de leur caractère historiquement et sociologiquement situé. Il est pourtant essentiel de prendre en compte cette dimension car la progression de la variété consommée ne garantit pas une plus grande disparité consommée, de même qu'une accentuation de la concentration économique-financière de la filière examinée ne se traduit pas mécaniquement par une standardisation des produits offerts ou consommés. D'où cette question devenue lancinante avec le développement des NTIC : les facilités offertes par la révolution numérique en matière de production, de diffusion et d'accès aux œuvres et contenus ont-elles entraîné une homogénéisation croissante des consommations ou au contraire une diversification des contenus consommés en lien avec l'émergence de modes d'expression réellement innovants ou d'auteurs originaux ?

À défaut d'indicateurs qui feraient consensus, il est souvent affirmé que ce qui est nouveau (un nouveau label, un nouvel éditeur, un nouvel auteur, un nouveau genre...) ou ce qui est produit par le secteur dit indépendant⁷ est plus souvent porteur d'originalité, d'exigence ou d'innovation et donc favorable à la diversité. Dans quelle mesure une telle hypothèse est-elle fondée ? À quelles conditions est-il légitime de considérer qu'un faible niveau de ventes constitue un gage d'originalité ou de singularité⁸ ?

Pour ce premier thème, une réflexion sur les genres – par exemple, musicaux – pour mesurer différemment la disparité musicale serait bienvenu, par exemple en proposant une nouvelle nomenclature de genres stabilisée qui mobiliserait par exemple les genres retenus par la profession ou ceux issus d'une analyse sonore des enregistrements.

Thème 2 : Quels sont les effets produits par la surabondance de l'offre d'œuvres et de contenus ?

Si l'offre des industries culturelles est abondante depuis qu'elles sont qualifiées d'industries, le nombre de nouveaux produits créés et mis à disposition du consommateur a progressé considérablement depuis le début de la révolution numérique, sous l'effet d'une réduction progressive des coûts de production, distribution et promotion.⁹ Cette évolution positive de la

⁷ Voir par exemple Olivier ALEXANDRE *et al.* (sous la dir. de), *Culture et (in)dépendance. Les enjeux de l'indépendance dans les industries culturelles*, Bruxelles, Peter Lang, coll. « ICCA Industries culturelles, création, numérique », 2017.

⁸ Lucien KARPIK, *L'économie des singularités*, Paris, Gallimard, coll. « Bibliothèque des Sciences humaines », 2007.

⁹ Voir par exemple Joel WALDFOGEL, "How Digitization Has Created a Golden Age of Music, Movies, Books, and Television", *Journal of Economic Perspectives*, vol. 31, no. 3, Summer 2017.

variété est parfois présentée plus négativement. En économie de l'attention, les expressions « surabondance des choix » (*overchoice, choice overload*) et « hyper-choix »¹⁰ ont ainsi été utilisées pour s'interroger sur les conséquences d'un nombre trop important de produits disponibles sur les choix des consommateurs. Si une plus grande variété peut être vue comme bénéfique, elle génère aussi des coûts de transaction, conduisant certains à s'interroger sur « *le volume optimal de variété dans une société* »¹¹ ou d'autres à affirmer que l'hétérogénéité des structures de consommation se réduira, en faveur d'une concentration de la consommation sur un volume plus limité ou moins varié de produits qu'auparavant, au fur et à mesure du développement des NTIC et de leurs effets.

La segmentation croissante de l'offre en régime d'abondance conjuguée à la puissance des mécanismes de renforcement de la notoriété associée au jeu des algorithmes peut enfermer dans des « bulles filtrantes » la partie de la population la moins armée pour affronter la profusion de l'offre culturelle. Le régime de l'abondance qui prévaut aujourd'hui sur les marchés culturels pose ainsi à nouveaux frais la question des « inégalités » : les consommateurs d'aujourd'hui ne semblent pas plus égaux pour affronter les situations d'hyper-choix et de déferlement informationnel du régime en question que ne l'étaient les consommateurs d'il y a cinquante ans face à une offre culturelle relativement limitée et difficile d'accès : distribution inégale des capacités cognitives et des savoir-faire dans la maîtrise des outils mais aussi des dispositions à profiter d'occasions de découverte, de curiosité, de goût pour l'inconnu, l'insolite ou pour vérifier la réalité de ce que nous croyons être nos dégoûts.

Comme d'autres l'ont fait au début de la révolution numérique¹², il convient de questionner l'hypothèse d'une préférence universelle pour la diversité : quel est le profil des personnes qui manifestent dans leurs consommations et usages le plus d'appétence pour l'inédit, pour des contenus qu'ils ne connaissent pas, pour la découverte ? Quels sont les contextes dans lesquels d'autres logiques l'emportent ? De manière liée, l'augmentation spectaculaire de la variété offerte oblige à réexaminer les relations qu'entretiennent la diversité offerte et la diversité consommée. À quelles conditions l'élargissement du menu des choix entraîne-t-il celui des préférences ? Dans quels cas l'abondance de l'offre, au lieu de contribuer à un élargissement du spectre des goûts et préférences, se traduit-elle par une concentration accrue des consommations sur les produits les plus connus ou visibles ? Dans quelles conditions les outils permettant de gérer l'accès à l'offre et l'appariement entre elle et la demande à l'ère numérique favorisent-ils ou non l'appétence pour la diversité et, si oui, pour qui ?

Enfin, dans le même thème, plusieurs travaux empiriques ont conclu à la coprésence, dans l'évolution récente de structures de consommation soumise aux algorithmes et à l'information diffusée sur les réseaux sociaux numériques, d'un « effet superstar » (les achats se concentrent encore davantage sur un nombre limité de produits classés au sommet des classements de ventes) et d'un « effet longue traîne » (les produits de niche attirent un volume croissant des ventes dans le temps)¹³, au prix d'un creusement du milieu de la distribution. Faut-il conclure à une fragilisation des produits « intermédiaires » située entre le haut et le bas de la longue traîne, avec un creusement du milieu de la distribution des ventes ? Cette conclusion éventuelle se

¹⁰ Pierre-Jean BENGHOZI, Thomas Paris, « L'économie culturelle à l'heure du numérique : une révolution de l'intermédiation », in Laurent JEANPIERRE et Olivier ROUEFF (sous la dir. de), *La culture et ses intermédiaires*, Paris, éditions des archives contemporaines, chap. 16, 2014.

¹¹ Chr. HJORTH-ANDERSEN, "Chris Anderson, The Long Tail: How Endless Choice is Creating Unlimited Demand. The New Economics of Culture and Commerce", *Journal of Cultural Economics*, vol. 31, no. 3, Sept. 2007. Voir aussi Renato G. FLÔRES Jr., "The Diversity of Diversity: further methodological considerations on the use of the concept in cultural economics", FGV/EPGE Economics Working Papers (Ensaio Economicos da EPGE) 626, FGV/EPGE - Escola Brasileira de Economia e Finanças, Getulio Vargas Foundation (Brazil), Sept. 2006.

¹² Par exemple, John T. GOURVILLE, Dilip SOMAN, "Overchoice and Assortment Type: When and Why Variety Backfires", *Marketing Science*, vol. 24, no. 3, Aug. 2005.

¹³ Voir par exemple Marc BOURREAU *et al.*, *op. cit.*

vérifie-t-elle sur tous les marchés ? Y a-t-il des exceptions ? Quels mécanismes ou logiques peuvent expliquer telle ou telle observation ?

Thème 3 : Quelles sont les différences entre les achats à l'unité et les consommations en flux ? Quel impact du streaming ?

Les industries culturelles, en particulier celles de la musique enregistrée, de la vidéo et du jeu vidéo, ont été touchées récemment le développement d'une diffusion en mode continu des œuvres et des contenus (streaming). Ce développement est caractérisé par de nouveaux intermédiaires, de nouveaux modes de distribution et de nouveaux modèles d'activité.¹⁴ Les données GfK permettent de distinguer les achats physiques ou dématérialisés à l'unité (livres, CD, DVD, Blu-ray, téléchargements, etc.) des consommations en flux par streaming (streaming musical, vidéo à la demande...). Comment les achats ont-ils évolué au fur et à mesure de la montée en puissance des consommations en flux financées par la publicité ou par abonnement ? Quelles formes de substitution (ou de complémentarité) peuvent être observés ? Quelles sont les caractéristiques de ces deux modes d'accès et de consommation des œuvres et contenus ? Quelles sont les différences et similitudes en matière de diversité offerte et de diversité achetée ou consommée ? Quelles observations peut-on faire au niveau des marchés pris dans leur globalité, au niveau d'un sous-marché ou d'une catégorie de contenus particulière ?

Les analyses devront avant tout permettre de mieux comprendre et modéliser la manière dont le streaming (musical, audiovisuel...) modifie l'accès et la consommation d'œuvres et de contenus, de manière à approfondir notre compréhension des choix des consommateurs et des modes de consommation.

Thème 4 : Quelle reconfiguration des structures de marché des industries culturelles ?

La structure de marché des industries culturelles est souvent présentée comme un oligopole à frange concurrentielle, entre l'oligopole au sens strict et la concurrence monopolistique. Cette structure est bouleversée depuis au moins deux décennies par la dématérialisation des œuvres et contenus, par l'entrée progressive de « nouveaux entrants » au niveau de la production, de la distribution et de la promotion des produits – depuis l'entrée d'acteurs de taille mondiale jusqu'à l'extension spectaculaire d'une multitude de microstructures – et par le développement phénoménal des réseaux sociaux numériques. Quelles ont été les évolutions récentes du modèle d'oligopole à frange ? Comment celui-ci va-t-il encore évoluer ? Quel rôle ont joué les stratégies de concentration économique-financière ? Quels effets ces évolutions ont-elles produites sur la diversité offerte et sur la diversité consommée ? Les marchés du livre, de la musique enregistrée et de la vidéo ont-ils connu les mêmes ajustements ?

Dans ce contexte, il serait particulièrement utile de mesurer et quantifier

- la montée en puissance de nouveaux acteurs du côté de la production (nouveaux labels, nouveaux éditeurs...) et de l'autoproduction/autoédition (ou celle de nouveaux genres) et l'adaptation économique des acteurs historiques des filières ;
- la place occupée dans le processus de reconfiguration par les « nouveaux intermédiaires » que sont les plates-formes d'achat et d'accès aux contenus aussi bien sous forme physique (Amazon) que sous forme purement numérique (Spotify, Apple Music, Deezer, YouTube, Netflix...) ;
- l'hybridation générale des modèles d'activité (*business models*) : intégration verticale et/ou horizontale des filières, gratuit/payant, *hardware/contents*, offre de contenus et offre de services liés, etc. ;
- la manière dont les chaînes de valeur et le « partage de la valeur » ont évolué récemment au fur et à mesure du processus de restructuration, dans un contexte de

¹⁴ Paul BELLEFLAMME, "The Economics of Digital Goods: A Progress Report", *Review of Economic Research on Copyright Issues*, vol. 13, Issue 2, 2016, p. 1–24.

tensions croissantes vis-à-vis de ce partage entre les artistes/auteurs, les producteurs/éditeurs et les distributeurs traditionnels / plates-formes numériques de diffusion.

Thème 5 : Autres thèmes envisageables

Les quatre thèmes suggérés ci-dessus n'épuisent évidemment pas le sujet. D'autres projets de recherche pourraient porter sur :

- les pratiques de *versioning* des distributeurs et leur évolution en réponse aux effets négatifs du piratage numérique ;
- l'impact de l'ouverture ou de la fermeture d'un site/application légal ou illégal de distribution de contenus sur l'offre, les achats et les consommations en flux ;
- l'impact d'une législation ou d'une modification législative sur l'offre, les achats et la consommation en flux d'œuvres et de contenus¹⁵ ;
- la sensibilité des achats physiques ou par téléchargement de livres, de musiques enregistrées et de vidéos aux variations de prix approximatifs (élasticités-prix) ;
- la durée ou le cycle de vie des produits et la saisonnalité de l'offre et de la consommation pour un marché pris dans sa globalité et/ou par catégorie ou genre ;
- etc.
-

A) Les données du panel Distributeurs de GfK mises à disposition

Livre : produit physique, distributeurs physiques et numériques pour les années 2004 à 2017

Variables disponibles : code EAN, titre, auteur, semaine de mise sur le marché, format (poche, beaux livres, autres), éditeur, genre (12 modalités : BD, beaux-arts, cartes et atlas, dictionnaires / encyclopédies / méthodes de langues, histoire, littérature générale, livre pour la jeunesse, parascolaire, sciences humaines et techniques, scolaire, tourisme/voyages), sous-genre (75 modalités), sous-genre2 (268 modalités), circuit de diffusion (GSA, GSS, librairies de rang 1, Internet+librairies de rang 2+autres), nombre d'exemplaires vendus, chiffre d'affaires.

Les titres, noms d'auteur, noms d'éditeur ont été en partie nettoyés. L'identifiant initial est le code EAN. Une même œuvre peut être associée à plusieurs EAN. Ce sera le cas par exemple s'il existe plusieurs éditions de l'œuvre. Un identifiant a été construit à partir du nom de l'auteur et du titre. De plus, un format regroupant les maisons d'édition par groupe a été construit pour les années 2007 à 2017. Il existe quelques limites à l'exploitation de cette base :

- o les données portent exclusivement sur les achats de livres imprimés neufs, ce qui exclut le marché d'occasion et celui des livres numériques et interdit par conséquent toute comparaison sur la diversité consommée entre le marché physique et le marché numérique ;
- o des améliorations ont été apportées au niveau du recueil d'informations et du référencement au cours de la période étudiée, notamment en 2009 et en 2012 : augmentation du nombre de points de vente faisant partie du panel, référencement plus précis des livres vendus par la grande distribution, intégration plus complète des achats en ligne... Ces améliorations ont eu sans conteste un impact sur la variété observée des consommations, sans qu'on puisse l'évaluer avec précision ;
- o il est impossible de rendre compte de l'évolution de la part occupée par la production française (ou francophone) dans les ventes car les fichiers de base ne comportent aucune information sur la langue utilisée par les auteurs (ni sur leur nationalité) et ne permettent pas d'identifier les ouvrages traduits.

¹⁵ À l'exemple de l'évaluation d'impact des « lois HADOPI » sur la fréquentation des films en salle en France conduite par Christophe BELLEGO et Romain DE NUJ, « Quels sont les effets de la loi Hadopi ? Le cas des entrées de films en salle », *Insee Analyses*, n° 24, mai 2016.

Musique enregistrée : produits physiques et numériques, distributeurs physiques et numériques :

Variables disponibles :

- disque (2006-2017): code EAN, titre, interprète, semaine de mise sur le marché, format (CD, vinyles, autre), éditeur, label, distributeur, genre (22 modalités : BO de film, bande originale, classique, compilation, country, electro/dance, enfant, jazz, jazz/blues/gospel, metal, musique du monde, pop, rap/hip-hop, rock, soul/funk/r'n'b, techno/jungle/house, thématiques, urbain, variété, variété internationale, autres), sous-genre (106 modalités), circuit de diffusion (GSA, GSS, Internet, Autre) , nombre d'exemplaires vendus, chiffre d'affaires.
- musique numérique (2015-2017) : code EAN (album)/ISRC (titre), titre (album ou titre), semaine de mise sur le marché, format, éditeur, label, distributeur, genre (24 modalités : BO de film, bande originale, classique, compilation, country, electro/dance, enfant, jazz, jazz/blues/gospel, metal, musique du monde, pop, rap/hip-hop, reggae/ragga, rock, soul/funk/r'n'b, techno/jungle/house, texte, thématiques, urbain, variété, variété française, variété internationale, autres), sous-genre (100 modalités), circuit de diffusion (streaming audio payant, streaming audio gratuit, streaming vidéo gratuit, streaming radio , téléchargement, autre), nombre d'exemplaires vendus, chiffre d'affaires.

Les titres, nom des interprètes, nom des labels ont été en partie nettoyés. L'identifiant initial étant le code EAN pour les albums et le code ISRC pour les titres, un identifiant a là aussi été construit à partir du nom de l'interprète et du titre. Certaines caractéristiques dans les données limitent l'exploitation de la base :

- l'identification des produits repose sur deux bases de référencement différentes : le code EAN (European Article Number) est attribué aux albums physiques alors que le code ISRC (International Standard Recording Code) est utilisé pour les titres téléchargés ou écoutés en flux ;
- la base de référencement a été modifiée à deux reprises au cours de la période étudiée : en 2011/12, la base Tite Live a été remplacée par la base BIPP puis celle-ci a été à son tour remplacée par la base Bee Music en 2015/2016. Toute comparaison diachronique en termes de genres musicaux est par conséquent impossible ;
- il est par ailleurs difficile de mener une comparaison pour une année donnée sur les genres musicaux écoutés sur le marché physique et sur le marché digital car le code ISRC est international et ne permet pas de distinguer la production française dans les musiques actuelles ou la musique de variétés, comme le fait la nomenclature des genres musicaux associée au code EAN ;
- les données relatives au marché physique ne sont pas ventilées par circuit de distribution. Le seul circuit dont les ventes sont isolées est celui des GSA ;
- les données détaillées relatives à l'écoute en flux ne sont disponibles qu'à partir de 2014 et ne concernent que les titres ayant fait l'objet d'au moins 100 écoutes/semaine sur une des plateformes. Toutefois, une estimation globale du volume des écoutes de musique en flux est fournie, le reste des titres étant regroupé sous une seule observation, avec la distinction entre écoute gratuite sur une plateforme audio (Deezer, Spotify...), écoute avec abonnement sur une plateforme audio, écoute sur une plateforme vidéo et écoute sur une radio en ligne. La présence de ces informations permet par conséquent la construction des indicateurs usuels de concentration (part des tops dans le volume d'écoute notamment) pour les différentes formes d'écoute de musique en flux.

Vidéo : produits physiques et numériques, distributeurs physiques et numériques pour les années 2003 à 2016

Variables disponibles : code EAN, titre français, titre anglais, format, éditeur, distributeur, nombre d'unités par coffret, nationalité, opération promotionnelle, semaine de sortie, genre (5 modalités : charme, enfant, film, hors film, musique), sous-genre (45 modalités), sous-genre2 (72 modalités), code visa, circuit de distribution (4 modalités), circuit de distribution 2 (20 modalités), quantités vendues, quantités vendues éclatées (prend en compte le nombre de vidéo par coffret, chiffre d'affaires, Fait pour (Cinéma, TV ou vidéo).

Les titres, noms d'auteur, noms d'éditeur, genres et sous-genres ont été partiellement nettoyés. Un identifiant a été créé à partir du titre et du sous-genre de l'œuvre. La fiabilité des données sur la vidéo à la demande n'a pas encore été estimée.

Les données du panel Distributeurs et leurs limites

Certaines variables présentes dans les fichiers de base se prêtent difficilement à une exploitation de type statistique ou scientifique dans la mesure où elles apparaissent peu fiables (ainsi par exemple, celle sur la semaine de sortie ne permet pas de distinguer les « vraies » nouveautés des rééditions) ou trop dépendantes des changements de base de référencement (c'est le cas notamment de celle relative aux genres musicaux). Dans d'autres cas, le regroupement des données interdit certaines exploitations : ainsi, les ventes en ligne de biens physiques ne sont pas isolées dans les fichiers fournis par l'institut GfK en raison des conditions imposées par Amazon, ce qui exclut toute comparaison en termes de diversité des achats en ligne et des achats dans les magasins «en dur» aussi bien pour les livres que pour les disques.

Le DEPS pourra enfin mettre à disposition les programmes de nettoyage (SAS).

B) Les données du panel Consommateurs de GfK mises à disposition

Représentatif de la population française, le panel Consommateurs est composé de 15 000 panélistes de 15 ans et plus. Il couvre la période juillet 2013-2017 et comprend

- des informations sur les panélistes : caractéristiques sociodémographiques sur le panéliste et les membres de son foyer (sexe des membres du foyer, âges, lieu de résidence, liens de parenté, niveau d'études du panéliste, profession du panéliste...), équipement multimédia du foyer (micro-ordinateur, liseuse, tablette, box internet, console de jeux, téléphone mobile, lecteur MP3-MP4...), habitudes média du panéliste, possession de cartes de fidélité, usages et attitudes sur les marchés suivis (livre, musique, vidéo, jeu vidéo) ;
- des informations sur les déclarations d'achat ou de location et sur les fréquences de consommation : caractéristiques du produit (livre papier ou numérique (format et genre), vidéo DVD, Blu-ray et à la demande (dont par abonnement), télévision de rattrapage, jeu vidéo (PC/Mac, console, téléphone mobile, tablette, abonnement), musique enregistrée en format CD ou vinyle et musique enregistrée dématérialisée (*streaming*) ; neuf ou occasion ou numérique payant), planification de l'achat, lieu d'achat, cadeau ou non, achat à domicile, mode de connaissance du produit (par un média, par internet, par réseaux sociaux numériques...), raisons ayant conduit à l'achat, personne pour qui le produit physique a été acheté, etc.

Ce panel n'a pas encore fait l'objet d'un traitement par le DEPS.

Les données fournies par GfK au DEPS et mises à disposition du chercheur, de l'équipe de recherche ou de l'organisme ne devront pas faire l'objet d'une quelconque exploitation commerciale. Aucune donnée comportant des parts de marché d'éditeurs/ distributeurs de biens ne pourra être publiée. Il sera demandé que les équipes se positionnent explicitement sur ce point par la signature d'une convention. Il ne sera pas possible de travailler sur une entreprise particulière ou sur un groupe de production ou d'édition particulier.

II. MODALITÉS ADMINISTRATIVES

Le présent appel à projets de recherche est téléchargeable sur le site du DEPS en passant par le lien suivant : <http://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Etudes-et-statistiques/Appels-a-proposition-de-recherche>.

Les réponses se feront avec le formulaire joint et devront être renvoyées électroniquement au plus tard le vendredi 12 octobre 2018, 15h, avec le titre « Réponse à l'appel à projets de recherche « La diversité consommée sur les marchés du livre, de la musique enregistrée et de la vidéo » », à :

- Loup WOLFF : loup.wolff@culture.gouv.fr
- Antonin FAVARO : antonin.favaro@culture.gouv.fr
- Yann NICOLAS : yann.nicolas@culture.gouv.fr

Pour l'envoi d'un ou de fichiers volumineux, utiliser <http://zephyrin.ext.culture.fr>.

ATTENTION ! :

Ne pas oublier de joindre un projet signé par une personne ayant autorité (mettre un Kbis ou autre document prouvant cette autorité), un RIB original, les statuts, une fiche INSEE et les autres pièces listées.

La subvention est versée en HT, sans TVA collectée => la subvention HT est identique au montant TTC. La concordance des montants de subvention demandée doit être établie entre celui figurant en page 1 du formulaire de demande de subvention, celui du plan de financement envisagé et celui de l'attestation sur l'honneur en dernière page du formulaire de demande de subvention.

L'équilibre du plan de financement est impératif : total des dépenses HT = total recettes HT ET total dépenses TTC = total recette TTC.

IMPORTANT : seuls les dossiers complets pourront être retenus.

Les projets seront évalués par un comité de sélection avant le lundi 22 octobre 2018.

1. Composition des dossiers

Tout projet devra comprendre :

- le formulaire renseigné joint en annexe 2 (demande de subvention de recherche),
- le numéro SIRET,
- l'autorisation du responsable institutionnel (annexe 3),
- une description complète du projet de recherche (annexe scientifique d'un maximum de dix pages)

distinguant :

- o une description du projet de recherche en moins d'une page,
- o une justification du projet de recherche (état de l'art, contexte, intérêt par rapport à la littérature scientifique, intérêt pour le ministère de la Culture, éléments de bibliographie, etc.),
- un plan de recherche : objectifs visés, moyens prévus pour les atteindre (dont besoins en données et traitements prévus), résultats attendus, aspects innovants, etc.,
- un programme de travail : hypothèses, méthodes, outils et protocoles envisagés,
- le plan de financement prévisionnel du projet intégrant :
 - o en dépenses : les coûts prévisionnels détaillés par nature de dépense ; le cas échéant, les devis si le montant de la subvention n'est pas forfaitaire ; si le projet est partiellement ou en totalité réalisé par le porteur du projet, un état descriptif des dépenses de personnel, des frais directement liés au projet et les

- frais généraux ainsi que, s'il y a lieu, un échéancier indicatif des dépenses prévues ;
- en recettes, l'origine et le montant des moyens financiers (apport personnel, emprunt, subventions y compris l'aide sollicitée),
 - un calendrier d'exécution et de rendu des différentes phases,
 - un relevé d'identité bancaire ou postal original, et
 - un curriculum vitae du responsable du projet et, le cas échéant, un curriculum vitae pour le ou les autres membres de l'équipe de recherche.

Chaque projet devra désigner un seul responsable scientifique. Les équipes partenaires, le cas échéant, soumettront un projet commun (mêmes durée et montant maximaux souhaités) comprenant l'autorisation de participation écrite du responsable de leurs institutions respectives.

2. Calendrier et livrable

Les projets devront être réalisés dans un délai maximal de douze mois à compter de la date de notification de la convention de subvention de recherche. Il est impératif que les délais prévus dès l'origine du projet soient respectés. Un report des échéances étant préjudiciable pour l'ensemble de l'appel à projets de recherche, une attention particulière sera portée par le pouvoir adjudicateur aux moyens mis en œuvre pour tenir les calendriers annoncés.

En matière de livrable, tout projet retenu devra proposer en fin de travail une synthèse de la recherche de 45 000 à 72 000 signes dans la perspective d'une publication des résultats par le DEPS dans l'une de ses collections en format court ou dans un ouvrage collectif pour sa collection « Questions de culture ». ¹⁶ La publication ne pourra être réalisée que si toutes les conditions prévues le permettent : respect du calendrier, qualité du contenu du livrable, situation budgétaire ou contraintes administratives, etc. La synthèse devra impérativement respecter les règles de présentation indiquées en annexe 1 ci-dessous. La synthèse livrée pourra être complétée d'un document annexe (éléments méthodologiques techniques, autres sorties de résultats, revue de la littérature, etc.). Naturellement, les équipes de recherche pourront par ailleurs valoriser scientifiquement leurs résultats : présentations dans des séminaires, dans des conférences, publication(s) dans une revue ou dans un chapitre d'ouvrage collectif chez un éditeur scientifique, etc.

3. Sélection et financement des projets

Les dossiers devront être complets et les projets de recherche devront correspondre aux éléments de contexte et d'objectifs donnés dans le présent appel à projets de recherche.

1°) Critères administratifs

- Les dossiers devront être complets et la description du projet précise.
- Les équipes partenaires soumettront un projet commun.
- Chaque projet doit désigner un responsable scientifique.
- La durée maximale des projets est de 12 mois.
- Le plan de financement du projet devra être équilibré (dépenses / recettes) en HT et TTC.

2°) Critères scientifiques

Les projets devront couvrir l'ensemble ou une partie des thèmes suggérés plus haut. Ils seront examinés par un comité de sélection et évalués :

- sur leur originalité par rapport aux résultats des recherches publiées dans la littérature,
- sur leur connaissance des recherches, problématiques et enjeux de recherche relatifs au domaine traité,

¹⁶ Voir <http://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Etudes-et-statistiques/Publications>.

- sur l'adéquation de la méthode de travail, des moyens humains, des délais et du budget aux objectifs annoncés.

3°) Critères financiers

Le coût du projet sera examiné en lien avec les disponibilités budgétaires du DEPS pour cet appel à projets de recherche.

Remarque sur la construction du plan de financement figurant à l'article 5 du B de l'annexe 2 « Demande de subvention de recherche » :

Le financement des projets retenus à l'issue de la sélection sera assuré par le DEPS selon les modalités suivantes :

- le coût du projet doit être évalué HT et TTC ;
- la subvention versée ne constituant pas, au sens de l'instruction fiscale n° 100 du 16 juin 2006, la contrepartie totale ou partielle d'une livraison de bien ou de prestation de service, elle n'est pas soumise à TVA ;
- le montant prévisionnel de la subvention ne pourra être supérieur à 80 % de la part subventionnable (dépenses internes et externes) ; => les fonds inutilisés à la fin du projet seront restitués au Trésor (décret du 30 juin 1934) ;
- les dépenses subventionnables prévisionnelles doivent être intégralement prévues par l'annexe financière. Les coûts imputables au projet doivent correspondre aux dépenses réelles et strictement rattachables à la réalisation de celui-ci, à l'exclusion de toute marge bénéficiaire. La réalité de ces dépenses doit pouvoir être prouvée à tout moment ;
- les dépenses subventionnables qui apparaîtront dans la demande de subvention sont :
 - les dépenses de fonctionnement : rémunération charges sociales comprises (hors personnels permanents), frais de déplacement, frais spécifiques (matériel, au prorata de la durée du projet pour les matériels existants – fourniture et service),
 - les dépenses d'équipements (acquisition) : la part des amortissements au prorata de la durée du programme, des équipements acquis pour sa réalisation dès que leur coût est supérieur à 1.600 euros HT ou la totalité du coût de ces équipements s'ils ne sont pas réutilisables après la réalisation de ce projet,
 - les frais généraux de gestion,
 - les dépenses de recherche documentaire directement associées au projet,
 - les dépenses annexes pour la réalisation de la recherche (achat de données...).

Sont exclues des dépenses subventionnables les dépenses habituelles de renouvellement des matériels.

Lorsque le programme n'a pas été réalisé ou lorsque le bénéficiaire n'a pas exécuté une ou plusieurs des obligations à sa charge par la décision attributive de subvention ou par la convention, le DEPS, après mise en demeure, réduit intégralement le montant de la subvention prévue par décision notifiée et adressée, pour information, au responsable scientifique et à celui de l'institution soutenant la demande.

4. Réunions de travail des équipes de recherche

Afin de faciliter les échanges entre les équipes de recherche dont les projets seront retenus à l'issue de l'étape de sélection, le DEPS prévoit d'organiser dans les locaux du ministère de la Culture (Paris) trois séances de séminaire de travail – en début, en milieu et en fin de recherche – pour permettre aux équipes de présenter l'état d'avancement de leurs travaux et de confronter leurs hypothèses et conclusions. La présence des équipes à ces trois réunions sera indispensable.

5. Contacts

Pour tout renseignement d'ordre administratif ou budgétaire et d'ordre technique, contacter :

M. Antonin FAVARO (DEPS)

Tél. : +33 (0)1 40 15 79 03

Courriel : antonin.favaro@culture.gouv.fr

ou

M. Yann NICOLAS (DEPS)

Tél. : +33 (0)1 40 15 79 19

Courriel : yann.nicolas@culture.gouv.fr

IV. ANNEXE 1

Remise d'un texte destiné à sa publication par le DEPS, quelques règles de présentation :

– REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES :

- **pour un ouvrage :**

Prénom NOM [PETITES CAPITALES] de l'auteur¹⁷ (séparés par une virgule en cas d'œuvre collective), *Titre de l'ouvrage en italique* (à l'exception du premier article défini), lieu d'édition, éditeur, coll. « titre de la collection entre guillemets », date d'édition, p. et réf du folio.

Olivier DONNAT, *les Pratiques culturelles des Français, Enquête 1997*, Paris, DEP-ministère de la Culture et de la Communication/La Documentation française, 1998.

Le prénom s'écrit en entier lors de la première citation, ensuite on n'écrit seulement la capitale initiale suivie d'un point.

- **pour un article :**

Prénom Nom de l'auteur, « titre de l'article », *Titre de la revue en italique*, n° de parution, date de parution, p. et réf. du folio.

Yann NICOLAS, « Finances publiques et cultures : Estimer l'impact économique et local d'un événement ou d'un équipement culturel », *La Revue du Trésor*, n° 5, mai 2008.

- **pour un article dans un ouvrage collectif :**

Prénom et Nom de l'auteur, « titre de l'article », in Prénom et Nom de l'auteur (sous la dir. de), *Titre de l'ouvrage*, lieu d'édition, éditeur, coll. « titre de la collection entre guillemets », date d'édition, p. et réf du folio.

Dominique SAGOT-DUVAUROUX, « Mutation des filières culturelles, recomposition des modèles économiques et rémunération de création artistique », in Francine LABADIE, François ROUET (sous la dir. de), *Travail artistique et économie de la création*, Paris, DEPS-ministère de la Culture et de la Communication, coll. « Questions de culture », 2008, p. 39.

Contrairement aux usages universitaires, la mention de la référence ne doit pas figurer dans le texte entre parenthèses mais être appelée en note dans le texte, puis déployée en note de bas de page :

~~La lecture des jeunes enfants a fait l'objet d'une étude au début des années 2000 (Octobre 2004).~~

La lecture des jeunes enfants a fait l'objet d'une étude au début des années 2000¹⁸.

– PRECAUTIONS REDACTIONNELLES :

- Contrairement aux usages universitaires, **éviter le « nous »** dans la rédaction et préférer une formulation plus générale : l'idée, plutôt que l'auteur, doit être mise en avant.

- Éviter également les explications méthodologiques d'usage dans les travaux universitaires : « nous aborderons dans un premier temps... », pour exposer directement le plan.

- Éviter les **majuscules** et les **guillemets** intempestifs, leur usage doit être précis : les majuscules sont réservées aux noms propres, au premier nom dans un titre et éventuellement à l'article qui le précède lorsque celui-ci est défini (*Les Loisirs culturels*) et au premier nom d'un établissement : Laboratoire de la pensée multiple (et non pas Laboratoire de la Pensée Multiple, même si les capitales forment un sigle : LPM) ; les guillemets encadrent une citation ou, éventuellement, font référence à un concept particulier.

- Le Deps publie des **tableaux**, des **cartes** ou des **graphiques**, mais pas de « figure ».

¹⁷ NB : Le nom de l'auteur doit être en petites capitales. Ne pas le saisir en capitales, ce qui oblige à répéter la saisie en minuscule pour un passage en petites capitales lors du traitement éditorial : préférer une saisie en minuscules.

¹⁸ Sylvie OCTOBRE, *Les Loisirs culturels des 6-14 ans*, Paris, DEP-ministère de la Culture et de la Communication/La Documentation française, 2004.

- Le Deps met en œuvre les recommandations de la Délégation générale à la langue française et aux langues de France et recourt à la langue française autant que possible. Se référer pour cela aux équivalents français de nombreux anglicismes proposés par France Terme : <http://www.culture.fr/franceterme>
- **L'âge** s'écrit en chiffres : un jeune adulte de 28 ans.
- Les **pourcentages** s'écrivent sans décimale dans le texte, à de très rares exceptions près (lorsque la décimale est vraiment signifiante) et sont suivis d'une espace insécable : 28 % (et non pas 28,3 %)
- **Sigles** : lorsqu'un sigle se lit (Insee, Unesco, Spedidam, Frac, Drac...) il s'écrit avec une majuscule initiale puis en bas-de-casse ; lorsqu'un sigle s'épelle (CNL, SNE, SGDL...), il s'écrit en majuscules.

– PROCESSUS ÉDITORIAL :

Après réception de l'article/du manuscrit, le Deps pourra renvoyer à l'auteur le texte relu avec des propositions d'amendement que l'auteur acceptera ou refusera, après concertation. En cas de désaccord persistant sur la construction d'un texte et les amendements proposés, le Deps se réserve le droit de refuser la publication d'un article voire d'un ouvrage.

La version ayant reçu l'accord de l'auteur et de l'éditeur est ensuite relue d'un point de vue typographique et mise en page. L'auteur relit une première fois sur premières épreuves et limite ses corrections à l'essentiel en se gardant d'insérer de nouveaux paragraphes ou de modifier profondément le texte. La relecture sur deuxièmes épreuves se limite à la vérification des corrections demandées sur premières épreuves.

IV. ANNEXE 2 : DEMANDE DE SUBVENTION DE RECHERCHE

MINISTÈRE DE LA CULTURE

Secrétariat général

Service de la coordination des politiques culturelles et de l'innovation

DÉPARTEMENT DES ÉTUDES, DE LA PROSPECTIVE ET DES STATISTIQUES

182, rue Saint-Honoré

75033 Paris cedex 01

Tél. : 01 40 15 79 19

DEMANDE DE SUBVENTION DE RECHERCHE

(cf. décret 99-1060 du 16 décembre 1999 relatif aux subventions de l'État pour des projets d'investissement,

modifié par le décret n° 2003-367 du 18 avril 2003 et par

arrêté du 5 juin 2003 relatif à la constitution du dossier pour une demande de subvention de l'État

pour un projet d'investissement)

Responsable scientifique :

Organisme demandeur :

Montant de la subvention nette de taxe =

DEMANDE DE SUBVENTION DE RECHERCHE

Intitulé du projet

A - PORTEUR DU PROJET

1) Organisme demandeur

- Nom :
- Forme juridique :
- Adresse :

- Objet social :
- N° SIRET :
- Effectifs salariés (à la date de la demande) :
- Représentant légal (nom, prénom, fonction, téléphone; fax, courriel) :

joindre Kbis ou statuts.

2) Organisme(s) devant effectuer la recherche

- Nom :
- Adresse (s) :

3) Responsable du projet

- Nom, prénoms :
Titre ou fonction :
- tél. : courriel :

4) Responsables scientifiques (joindre curriculum vitae)

- Noms :

B – LE PROJET

RENSEIGNEMENTS SCIENTIFIQUES

Pour l'ensemble des renseignements scientifiques, les équipes sont tenues de respecter chaque rubrique du formulaire mais peuvent les développer comme elles l'entendent sur feuilles séparées, à réinsérer.

1) Définition et résumé de la recherche

2) Lieu de réalisation / adresse (si différente de l'adresse ci-dessus)

3) Calendrier envisagé

4) Durée d'exécution

5) Plan de financement envisagé

(Attention ! le tableau doit être équilibré en HT et en TTC. Le montant de la subvention demandée ne comporte pas de TVA => montant HT = montant TTC)

dépenses	H.T.	T.T.C.	recettes	HT	TTC
Rémunérations ¹⁹			subvention demandée net de taxe (HT = TTC)		
Déplacements, séjours (1)					
Fournitures, petit équipement, documentation			Autres financements :		
frais spécifiques					
édition, reprographie			Récupération de TVA s'il y a lieu		
frais de gestion (%)					
Total			Total		

Total dépenses HT = total recettes HT - Total dépenses TTC = total recettes TTC

¹⁹ (1) Les rémunérations ainsi que les frais de séjours et de déplacements ne sont pas soumis à la T.V.A.

6) Équipement

(Cette rubrique ne comporte que le matériel ou les éléments permettant spécifiquement la recherche et dont la valeur unitaire est supérieure à 1 524,49 euros H.T.)

a) Secteur privé

nature et marque	valeur d'achat H.T.

b) Secteur public

nature et marque	valeur achat H.T.	participation H.T.

Taux d'amortissement sur la durée du programme : %

7) Valeur amortissable prise en compte par le Ministère de la Culture H.T.

8) Coût récapitulatif du projet et montant de la participation demandée

	Coût total du projet TTC	Montant de la participation demandée au Ministère de la Culture HT = TTC	Montant total des aides publiques sollicitées (yc participation demandée au Ministère de la Culture TTC)
Fonctionnement			
Équipement			
Total T.T.C.			

Pourcentage de la subvention demandée

par rapport au coût total du programme hors taxes : %

par rapport au coût total du programme T.T.C. : %

Remarque : les subventions de l'État ne peuvent avoir pour effet de porter le montant des aides publiques directes à plus de 80% du montant prévisionnel de la dépense subventionnable.

C - DESTINATAIRE DU VERSEMENT DES FONDS

Indiquer avec précision les noms et adresse du bénéficiaire, l'intitulé complet du compte bancaire ou postal (nom et adresse de l'agence bancaire, du C.C.P., du comptable public, n° de compte).

Joindre obligatoirement un relevé d'identité bancaire original.

Le montant de la contribution à la présente recherche sera versé sur le compte ouvert
à la _____ au nom de _____

Numéro IBAN

BIC

ENGAGEMENT À SOUSCRIRE PAR L'ORGANISME DEMANDEUR

Je m'engage, au cas où j'obtiendrais la subvention ci-dessus demandée au ministère de la culture pour la recherche ci-après précisée : (intitulé de la recherche)

- à réaliser le programme défini dans la décision attributive et à respecter toutes les conditions mises par l'État à sa contribution financière ;

- à respecter les règles générales relatives au cumul de rémunérations des agents de l'État ou des collectivités publiques visées par la législation en la matière ;

- à maintenir à l'organisme visé dans la présente demande, le soutien financier et matériel qui lui est habituellement consenti.

Je reconnais en particulier avoir pris connaissance des conditions d'attribution des subventions de recherche ainsi que des conditions particulières.

Je reconnais avoir eu connaissance des informations suivantes :

Le projet ne doit pas avoir commencé avant que le dossier soit déclaré ou réputé complet, sauf dans les cas suivants :

- une autorisation de commencer le projet est accordée par l'autorité compétente ;
- le projet est éligible à un programme communautaire et n'est pas soumis aux règles communautaires sur les aides d'État relatives à la concurrence : le projet peut avoir commencé avant le dépôt de la demande. Si le projet a été commencé et n'est pas retenu dans ce programme communautaire, une confirmation de l'autorisation de commencement sera demandée auprès de l'autorité compétente ;
- le projet est éligible à un programme communautaire et est soumis aux règles communautaires sur les aides d'État relatives à la concurrence qui exigent une demande de subvention préalablement au début d'exécution : le projet peut commencer dès le dépôt de la demande. Si le projet a été commencé et n'est pas retenu dans ce programme communautaire, une confirmation de l'autorisation de commencement sera demandée auprès de l'autorité compétente.

Fait à _____ le _____

Signature de l'organisme demandeur et cachet

(nom et qualité de la personne juridiquement habilitée)

Signature du responsable scientifique

ATTESTATION SUR L'HONNEUR

Je soussigné

représentant juridiquement habilité de l'organisme

(nom de l'organisme)

- **déclare que l'organisme est en règle au regard de l'ensemble des déclarations sociales ainsi que des cotisations et paiements y afférant ;**
- **certifie que l'organisme est soumis au champ d'application de la TVA suivant : (à cocher selon le cas) :**
 - non assujettissement**
 - assujettissement :**
 - non récupération**
 - récupération :**
 - totale**
 - partielle, indiquez le taux :**
- **certifie exactes les informations du présent dossier, notamment la mention de l'ensemble des demandes de subvention introduites auprès d'autres financeurs publics ;**
- **demande une subvention de : _____ euros net de taxe** (cette subvention ne constituant pas, au sens de l'instruction fiscale n°100 du 16 juin 2006, la contrepartie totale ou partielle d'une livraison de biens ou d'une prestation de service, elle n'est pas soumise à TVA)
- **reconnais que le projet ne doit pas avoir commencé avant que le dossier soit déclaré ou réputé complet.**

Fait à

le

Signature :

(nom et qualité de la personne juridiquement habilitée)

V. ANNEXE 3 :

AUTORISATION INSTITUTIONNELLE DE PARTICIPATION À L'APPEL À PROJETS DE RECHERCHE

(Cette autorisation doit être présente dans tous les dossiers de candidature).

Appel à projets de recherche « La diversité consommée sur les marchés du livre, de la musique enregistrée et de la vidéo »

Titre du projet :

Coordonné par (nom, prénom du responsable scientifique) :

Je, soussigné(e),,

responsable de l'institution.....,

autorise la participation des membres de mon institution (liste des membres, nom, prénom et fonction) dans le projet mentionné ci-dessus.

Cachet de l'institution	À, le
	Signature du responsable de l'institution (avec mention des nom, prénom et fonction)