



**MINISTÈRE
DE LA CULTURE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*



CYCLE DES
HAUTES
ÉTUDES DE LA
CULTURE

CYCLE DES HAUTES ÉTUDES DE LA CULTURE

Session 21-22 - « Reconfigurations : tenir le cap et inventer en temps de bouleversements »

Rapport du Groupe 3

Culture en ligne : comment accompagner les changements d'usages ?

RÉFÉRENT : RÉMI MATHIS, conservateur des bibliothèques, directeur-adjoint de la bibliothèque et enseignant à l'École des Chartes, ancien président de Wikimedia France

Membres du groupe :

- **Florence DE SOOS**, consultante associée, Image 7
- **Romain DELASSUS**, chef du service du numérique, secrétariat général du ministère de la Culture
- **Olivier DONAT**, administrateur général du Musée des civilisations de l'Europe et de la Méditerranée (MUCEM)
- **Céline GALLET**, co-directrice du Centre chorégraphique national de Rennes et de Bretagne, membre du collectif FAIR-E
- **Catherine PETIT**, Conseillère en charge du renouveau démocratique, Cabinet du ministre chargé du Renouveau démocratique, Porte-parole du Gouvernement
- **Angélique SLOAN**, conseillère référendaire en service extraordinaire à la Cour des comptes, responsable du secteur culture

Les rapports du CHEC sont le fruit de la réflexion collective de leurs auteurs sans engager, dans leurs constats et propositions, le ministère de la Culture.

R A A P

P O R

T

**Culture en ligne :
Comment accompagner
les changements
d'usages ?**

CYCLE DES HAUTES ÉTUDES DE LA CULTURE

Session 2021 > 2022

Reconfigurations : Tenir le cap et inventer

Rapport du groupe 3

RÉFÉRENT : Rémi MATHIS,
conservateur des bibliothèques
à l'Ecole nationale des chartes,
ancien président de Wikimedia
France.

Romain DELASSUS chef
du service du numérique,
ministère de la Culture

Florence DE SOOS,
consultante associée, Image 7

Olivier DONAT, administrateur
général du Musée des
Civilisations de l'Europe et de
la Méditerranée (MUCEM)

Céline GALLET, co-directrice
du Centre chorégraphique
national de Rennes et de
Bretagne / Collectif FAIR-E

Catherine PETIT, conseillère
auprès du ministre chargé du
Renouveau démocratique,
Porte-parole du Gouvernement

Angélique SLOAN, conseillère
référendaire en service
extraordinaire à la Cour des
Comptes

Introduction 4

Un environnement et des pratiques en mutation 6

- Une explosion de pratiques numériques culturelles au cours de la dernière décennie et une accélération pendant le confinement 7
- Des conséquences sur la production, la diffusion et la fréquentation 9
- Une difficulté à appréhender le phénomène 12

Des initiatives multiples et un nouveau modèle à imaginer 14

- Un lien en construction entre créateurs, institutions et entreprises culturelles 16
- Le ministère de la Culture cherche son modèle 22
- Un nouveau modèle à inventer, centré sur la question des lieux et des nouvelles formes de médiation 27

« Sortir de l'âge de pierre » : Pour une politique artistique, culturelle et numérique d'envergure 28

- Recommandation 1 :
Mieux comprendre l'évolution des usages : créer un observatoire des publics en ligne en France et au sein de l'Union européenne 30
- Recommandation 2 :
Concrétiser la stratégie numérique culturelle par la création de dispositifs phares 32
- Recommandation 3 :
Développer des compétences numériques pour l'ensemble des acteurs culturels 34
- Recommandation 4 :
Développer l'esprit critique des jeunes et leur éducation aux « bons usages » du numérique 36
- Recommandation 5 :
Accélérer la transformation numérique des institutions et entreprises culturelles 38

Annexes 40

1. Lettre de mission
2. Graphiques et données chiffrées
3. Bibliographie et ressources documentaires
4. Personnes auditionnées
5. Lexique
6. Quelques entreprises françaises dans le métavers et le Web3
7. Quelques d'initiatives en région
8. Quelques initiatives en Europe
9. Le Pass Culture

INTRODUCTION

Avec les confinements, les débats sur les biens et services essentiels, ainsi que les fermetures des lieux culturels, la pandémie de COVID-19 a apporté un éclairage particulier sur la question des usages du numérique en matière culturelle.

Néanmoins, le phénomène n'est pas nouveau. Dans le secteur culturel comme dans l'ensemble de la société, la révolution numérique est engagée depuis une vingtaine d'années. Cette transformation s'accélère désormais avec l'arrivée des technologies d'intelligence artificielle, de robotique, d'expériences immersives, de blockchains ou de réalité augmentée. Ces évolutions ont donné lieu à un foisonnement d'espoirs, de projets et d'expériences, plus ou moins probants, qui constituent le vaste ensemble polymorphe de la « culture en ligne ».

Le terme « culture en ligne » renvoie ainsi en première approche soit à des modes de diffusion, soit à des moyens d'accès à des contenus culturels, caractérisés par le recours aux

technologies numériques. Toutefois, les effets de la transformation et l'hybridation des usages (numérique et présentiel) se répercutent sur l'ensemble de la chaîne culturelle, de la création à la « consommation », voire la structuration même de cette chaîne.

Sans révolutionner les pratiques, la pandémie a très fortement accentué la demande et contribué à l'accélération de la transformation des usages et à leur multiplication. Les technologies en ligne sont, dès lors, apparues comme un gisement considérable de possibilités et un formidable instrument permettant aux institutions et acteurs de la culture de ne pas perdre le contact avec leurs publics.

La crise sanitaire a également mis en évidence des limites de la culture en ligne, faisant apparaître le caractère inachevé de certaines mutations, parfois incomplètement conceptualisées, et la nécessité d'inscrire les possibilités techniques dans une stratégie et des objectifs bien identifiés. La question de la médiation

a été ramenée au premier plan, de même que celle de l'articulation des pratiques individuelles et collectives. Enfin, les enjeux liés aux modèles économiques de cet écosystème en devenir, à la répartition de la valeur, voire au financement de certaines innovations se sont affirmés.

Dans ce paysage, les moyens, objectifs et modalités de l'intervention publique ne relèvent pas de l'évidence et ne sont ni uniformes ni univoques. Les changements d'usages s'effectuent pour l'essentiel sans impulsion ni coordination d'un secteur public qui, bien que partie prenante de ce mouvement, a pu manquer d'une stratégie d'ensemble cohérente qui lui permettrait de mettre pleinement le numérique au service de ses objectifs de politique publique, objectifs devant être réinterrogés à la lumière de ces évolutions.

Pour autant, le choc provoqué par la fermeture des lieux culturels durant l'année 2020 a provoqué un réveil, encore fragile mais bien réel. Actuellement, les décideurs publics s'emparent du sujet de façon de plus en plus structurée - en particulier via le dispositif Pass Culture, la stratégie d'accélération des industries culturelles et créatives, la démarche de stratégie numérique culturelle ou, plus récemment, les incitations politiques fortes en faveur du développement de métavers et du recours aux NFT dans les institutions culturelles publiques.

Entre septembre 2021 et juin 2022, dans le cadre d'une réflexion notamment nourrie par une vingtaine d'entretiens (listés en annexe), notre groupe de travail s'est donc attaché à circonscrire le sujet, à identifier et hiérarchiser les problématiques.

Face à l'ampleur et la diversité des ramifications du sujet, nous nous sommes résolus à écarter certains axes tels que la régulation des plateformes audiovisuelles et des réseaux sociaux (les travaux étant déjà très avancés en France et en Europe) ou encore l'art numérique. D'autre part, bien que conscients de l'acuité des enjeux liés à l'empreinte écologique du numérique dans un contexte de nécessaire sobriété énergétique, nous ne traiterons pas spécifiquement de cet aspect de la culture en ligne (qui a fait l'objet d'un rapport d'une promotion précédente du CHEC). Si les évolutions profondes analysées ici ne seront probablement pas affectées, il est possible qu'une partie de nos recommandations nécessite un réexamen dans le cas où la crise énergétique s'avérerait durable.

À partir du constat de la diversité et de l'éclatement des propositions de culture en ligne, de l'évolution permanente des technologies et des usages, de l'émergence d'expériences immersives, du développement encore expérimental dans les champs des NFT, de la volonté politique de créer des « métavers européens », nous avons examiné les axes qui permettraient à la France de s'inscrire comme acteur significatif de la culture en ligne, avec l'objectif de défendre sa souveraineté culturelle, de diffuser son art et sa culture à travers le monde grâce à Internet et d'œuvrer à la sauvegarde de la diversité des expressions culturelles.

UN ENVIRONNEMENT ET DES PRATIQUES EN MUTATION

« Si l'expérience du confinement a supprimé tout un pan de la culture lié aux sorties et aux visites (musées, expositions, monuments, concerts, spectacles), elle a aussi contribué à modifier le rapport des individus à la culture en créant de nouveaux comportements, voire de nouveaux usages des écrans, en réorganisant les modes de pratiques au sein de la sphère privée. Les effets de ces reconfigurations temporaires seront à explorer dans les années à venir, pour vérifier si elles sont le signe d'une adaptation à un contexte particulier et inédit ou celui de mutations profondes dans l'accès à la culture. »¹

1. Pratiques culturelles en temps de confinement, Anne Jonchery et Philippe Lombardo, Département des études, de la prospective et des statistiques, ministère de la Culture, juin 2020



Une explosion de pratiques numériques culturelles au cours de la dernière décennie et une accélération pendant le confinement

Le Département des études, de la prospective et des statistiques (DEPS) du ministère de la Culture produit à échéances régulières une étude sur les pratiques culturelles des Français. La plus récente, sur des données 2018, dresse un panorama des évolutions observées depuis 50 ans. Cette étude met en évidence l'essor généralisé des pratiques culturelles numériques durant la dernière décennie et l'hétérogénéité, à la fois de l'ampleur des modifications des pratiques et de leur articulation avec les pratiques non numériques. À titre d'exemple, l'essor de l'écoute de musique enregistrée est désormais porté par les usages numériques et les offres des plateformes en ligne. Son très fort développement s'accompagne d'un rapprochement des pratiques des générations et des milieux socio-culturels. De même, si la consommation télévisuelle a fortement diminué chez les plus jeunes, leur pratique s'est réorientée vers une consommation élevée de contenus audiovisuels sur Internet.

Au printemps 2020, le DEPS a aussi mené une enquête spécifique sur les pratiques culturelles par temps de confinement. Cette étude montre que si cette période a contribué au creusement des inégalités sociales et économiques dans de nombreux domaines, les pratiques culturelles apparaissent à l'inverse moins clivées avec, pour nombre d'entre elles, la réduction de certains écarts sociaux et générationnels. Sans surprise, dans un contexte de limitation d'accès à de nombreux biens culturels (fermeture des librairies et des disquaires...) et d'inaccessibilité de la « culture de sortie » (musées, théâtres, concerts, cinéma, concerts...), les pratiques qui se sont le plus développées sont les consommations audiovisuelles, jeux vidéo

et visionnage de vidéos en ligne en particulier. De même, la consultation des réseaux sociaux s'est généralisée, plutôt pour des usages communicationnels qu'informationnels. L'étude souligne aussi que les conditions de sociabilité en confinement (seul ou à plusieurs, avec ou sans enfants à charge) et celles du logement (accès ou non à un espace extérieur) ont influé sur l'intensité et la diversité des pratiques. Ainsi, pendant cette période particulière, les populations seniors et populaires ont diversifié leurs usages du numérique, tandis que les jeunes renforçaient leurs pratiques.

De son côté, le PRODISS (Syndicat national du spectacle musical et de variété) a rendu public en juin 2022 une étude commandée à l'IFOP sur « Les Français et les spectacles vivants ». Il en ressort que les manières d'écouter un concert se sont diversifiées. Ainsi, 52 % des personnes interrogées affirment regarder un concert retransmis à la télévision au moins une fois par an (hors période de restrictions sanitaires), 32 % en replay sur des plateformes comme YouTube ou Netflix et 29 % en direct ou en replay sur les réseaux sociaux. Toutefois, ces nouvelles possibilités d'assister à un concert ne sont aujourd'hui que très marginalement préférées : par 5% des répondants concernant les concerts en replay sur les plateformes et 2% pour le direct ou replay sur les réseaux sociaux. A contrario, 53 % des Français préfèrent partager un concert en live. L'étude met aussi en évidence des usages différenciés en fonction de l'âge, à la fois en termes de fréquence et de medium. Ainsi, 35 % des moins de 35 ans regardent « au moins une fois par an un concert sur les réseaux sociaux ou les plateformes », pour 20 % des plus de 65 ans, mais ces derniers sont 65 % à regarder un concert à la télévision (52 % pour l'ensemble de la population).

Si ces études apportent de précieux éclairages sur l'évolution des pratiques, il importe de souligner que les écarts entre déclaration et pratique effective peuvent expliquer les écarts parfois constatés entre différentes études et complexifier les approches comparatives.

Des conséquences sur la production, la diffusion et la fréquentation

Que les observations relatives aux pratiques par temps de confinement s'avèrent ou non pérennes, des mutations profondes sont ainsi aujourd'hui à l'œuvre. Ces transformations affectent tout à la fois les modes de production de la culture, ses modes de diffusion et la fréquentation. Elles mettent à mal bien des perceptions et pratiques, qu'il s'agisse de la notion de culture, d'artiste, ou de « public » de l'offre culturelle traditionnelle qui devient aussi usager, consommateur, voire contributeur.

Une frontière entre artistes et amateurs de plus en plus difficile à établir

L'environnement numérique irrigue désormais de larges pans de la création, dans toutes les disciplines, sans pour autant, sauf exception, constituer un genre esthétique à part entière. Des formes immersives, participatives ou génératives (par algorithme), ou non linéaires, peuvent ainsi être expérimentées par les créateurs. Diverses formes d'articulation du numérique et de la rencontre sensible avec les œuvres sont explorées. L'appropriation de ces nouveaux formats n'est pas généralisée et n'a pas forcément vocation à l'être. D'ores et déjà, cette expansion du numérique et les modifications induites sur les modalités de la création peuvent se heurter à une complexité technique et juridique, ainsi qu'à des difficultés de financement.

Par ailleurs, sans aller jusqu'aux technologies les plus avancées, grâce au « numérique », tout curieux peut aisément accéder à nombre de techniques de création longtemps réservées aux professionnels : applications et logiciels de retouche d'image, enregistrement et montage son et vidéo, ateliers d'écriture en ligne ou applications d'accompagnement à la pratique musicale notamment, mais aussi tutoriels et

partages d'expérience ou recherche de conseils (sites internet personnels, forums, YouTube...). En ce sens, le numérique et certains contenus en libre accès contribuent indéniablement à la démocratisation des pratiques artistiques.

À ce rapprochement entre les modalités de création des amateurs et des professionnels s'ajoute la facilité, pour les uns comme pour les autres, de la diffusion de contenus créatifs via le numérique, et ce à une échelle mondiale. Artistes ou amateurs peuvent diffuser leurs productions sur les réseaux sociaux (TikTok, Instagram) ou sur internet (YouTube, sites personnels...), sans contrainte financière (la question de la régulation et de la rémunération constituant un autre volet du sujet), en dehors de tout circuit de « validation » ou de diffusion institutionnels, et sans formation particulière.

Le libre accès à un grand nombre d'outils de création et de diffusion conduit alors à questionner la définition de l'artiste : à temps plein ou sur temps libre ? Comment considérer les personnes impliquées dans un projet d'art participatif ? N'est-il d'artiste que reconnu par les institutions ou les professionnels ou peut-il n'être adoubé que par le public ? ...

Par ricochet, ces questionnements interrogent le rôle de la politique culturelle : doit-elle prioritairement protéger l'autonomie de la création ou favoriser la participation des individus ?

L'autorité publique doit-elle reconnaître et intervenir sur ces nouvelles formes artistiques et culturelles comme elle le fait pour les pratiques traditionnelles ?

Ou, au contraire, imaginer de nouvelles modalités de soutien et de régulation ? Comment, plus largement, prendre en compte les évolutions du périmètre de la « culture » sous l'effet du numérique ? Quel positionnement pour les institutions publiques à l'égard du réseau des arts et cultures numériques ?

Une diffusion concentrée sur quelques grandes plateformes

Tout créateur de contenu culturel est aujourd'hui en mesure de diffuser en ligne ses textes, images fixes ou animées ou sa musique, facilement et avec un risque bien moindre par rapport au système des médias traditionnels. Offrant sa production à l'appréciation d'une communauté mondialisée, chacun peut espérer qu'un engouement des réseaux sociaux lui offre une visibilité tout aussi inattendue que massive. Si cette notoriété peut être éphémère, certains parviennent à créer une véritable activité économique sur leur production, ou y gagnent une reconnaissance et des opportunités professionnelles.

Toutefois, hormis les enjeux écologiques qui y sont attachés, cette liberté de diffusion comporte deux limites importantes.

La première tient à la concentration des possibilités de diffusion des offres payantes sur un nombre restreint de plateformes aux mains d'un oligopole de puissances numériques (Netflix, Disney+, Amazon Prime). Cette concentration pose nombre de questions sans réponse aujourd'hui, qu'il s'agisse de la répartition de la valeur, du respect des droits des créateurs, de la collecte et de l'exploitation des données, mais aussi de la diversité de l'offre et de la possibilité d'une « découvrabilité » équitable.

Face au risque d'uniformisation des expressions et pratiques culturelles, les enjeux de promotion et de protection de la diversité culturelle et linguistique sont ainsi majeurs.

La seconde limite est la difficulté, pour

l'heure, d'installer des modèles économiques pérennes. Les propositions d'expériences et de contenus culturels en ligne reposent pour la plupart sur la gratuité, en dépit, pour certains, des investissements nécessaires (3D, métavers, ou simple captation dans une salle de spectacle vivant...). Le développement de systèmes d'abonnement, y compris dans le secteur des musées, du spectacle vivant ou de l'art contemporain constituent toutefois des briques dans l'invention de modèles économiques viables, non encore stabilisés et qui s'élaborent largement hors de toute intervention publique. La définition de ces modèles, indispensables à l'enrichissement et à la pérennisation de ces offres, pose la question du consentement des publics à payer, de la fixation des prix et de la répartition de la valeur au sein de la chaîne de création et de diffusion.

Une baisse des fréquentations des lieux culturels qui interroge

L'étude du DEPS mentionnée supra relève des évolutions significatives des pratiques sous le coup du numérique.

Tout d'abord, en règle générale, les consommations culturelles numériques ne se substituent pas aux pratiques in situ, lesquelles dominant encore nettement. Pour la première fois, l'enquête comportait des questions relatives à la visite virtuelle d'une exposition, d'un musée, sur l'écoute en ligne d'un concert, sur le visionnage d'un spectacle de danse ou de théâtre au cours des douze derniers mois. Les réponses ont mis en évidence qu'à l'exception de la danse, pour laquelle les publics virtuels et in situ sont en proportion comparables, la pratique physique reste largement plus fréquente que les expériences virtuelles¹. Par ailleurs, la moitié des publics virtuels se rendent également in situ, à l'exception de la danse pour laquelle ces deux types de publics apparaissent largement différenciés.

1. Graphiques - Annexe 2

Autre enseignement de l'enquête du DEPS : qu'il s'agisse de la danse, du théâtre, des concerts ou des sites patrimoniaux, les publics in situ et virtuels se différencient peu sur le plan social. Ils sont plus diplômés que la moyenne de la population. Seule la danse présente des publics in situ et virtuels moins homogènes, les diplômés du supérieur ne représentant que 28 % du public virtuel de la danse, alors qu'ils constituent 45 % du public in situ. L'enquête relève aussi un effet générationnel : les publics virtuels, quoique socialement plutôt homogènes, sont sensiblement plus jeunes pour les spectacles de théâtre, de danse et les concerts. La majorité des jeunes jouent ainsi à des jeux vidéo, écoutent de la musique et consultent des vidéos en ligne.

Si le constat général est donc celui de l'absence de substitution de l'offre virtuelle à la fréquentation des lieux culturels, l'émergence d'un public « tout numérique » au cours de la dernière décennie interroge. En effet, l'enquête identifie un groupe aux pratiques exclusivement numériques, représentant 15% des 15 ans et plus en 2018, alors que cet univers était encore très rare en 2008. Les membres de ce groupe ont un usage intensif et pluriel des technologies numériques : ils consomment des vidéos en ligne (quotidiennement pour 71 % d'entre eux), consultent les réseaux sociaux (84 %) et jouent aux jeux vidéo (39 %). Ils lisent en revanche significativement peu, vont occasionnellement au cinéma et fréquentent rarement les lieux culturels – en particulier les théâtres et salles de concert. Issus aussi bien de milieux urbains que ruraux, ses membres sont plus masculins et jeunes : près de la moitié (43 %) ont moins de 25 ans et 79 % moins de 39 ans.

Les conclusions de cette étude peuvent être perçues comme une menace, sous le double effet du développement massif des usages numériques chez les jeunes et de la montée en puissance de ces pratiques émergentes chez les publics traditionnels des lieux culturels, y compris les seniors. Couplée au recul de certaines pratiques culturelles – comme les concerts de musique

classique – chez les publics les plus captifs, cette tendance pourrait entraîner une concurrence entre pratiques culturelles in situ et en ligne, et ainsi conduire à une raréfaction progressive des publics dans les équipements culturels.

Cette étude présente néanmoins plusieurs limites. Tout d'abord, l'enquête interroge sur la transposition sous format numérique des pratiques culturelles physiques, alors que les pratiques en ligne peuvent être différentes, pour une même discipline (visiter une exposition, lire un article sur un artiste ou rechercher des images de ses œuvres, écouter un concert ou visionner un clip...). Ensuite, cette étude s'attache uniquement aux pratiques individuelles, sans prendre en compte la dimension collective des pratiques culturelles.

Cette seule étude ne saurait donc nous conduire à des conclusions tranchées sur l'évolution des pratiques culturelles. Il s'avère que la situation est en réalité plus complexe et difficile à appréhender.

40 % des Français

ont eu au moins une activité culturelle en ligne en 2020¹

14 % des Français

ont visité une exposition virtuelle en 2020

contre **31 %** qui ont consommé de la musique en ligne²

Une difficulté à appréhender le phénomène

Si les mutations à l'œuvre dans les pratiques culturelles paraissent profondes, elles sont encore récentes et peu stabilisées, et leur impact varie grandement d'un secteur à un autre. Il est en particulier difficile de distinguer les facteurs conjoncturels relevant d'effets de traîne de la crise COVID des transformations plus durables.

En février 2022, plus de six mois après la réouverture des salles de spectacles et des cinémas, le ministère de la Culture mesurait une baisse de fréquentation de 20 à 25 % selon les salles, par rapport à la même période avant la crise sanitaire. Si la situation est contrastée dans le spectacle vivant, avec des salles pleines et d'autres où le public n'est pas au rendez-vous, le cinéma semble particulièrement affecté par cette évolution. À l'inverse, les musées et lieux de patrimoine retrouvent peu à peu leurs publics. Ainsi, en juin 2022, le MUCEM à Marseille avait retrouvé son niveau de fréquentation d'avant crise. Cette tendance semble aussi se confirmer pour les autres grands musées à Paris, avec le retour des touristes.

Ces disparités entre les secteurs s'observent aussi, et plus généralement, dans les pratiques en ligne elles-mêmes. Comme l'indiquait Julien Bernard, président de Nova Consulting, en septembre 2021, « 40 % des Français ont eu au moins une activité culturelle en ligne en 2020 ». Ce chiffre peut paraître très important, puisqu'il représente le double du pourcentage enregistré en 2019. Mais si les pratiques en ligne dans le domaine de la musique et du spectacle vivant se sont rapidement développées sur cette période, les évolutions à l'œuvre sont plus limitées pour les lieux de patrimoine : seulement 14 % des Français ont visité une exposition virtuelle en 2020, contre 31 % qui ont consommé de la musique en ligne.

Les résultats du sondage sur « Les Français et les spectacles vivants », réalisé en juin 2022 à l'initiative du PRODISS, attestent de cette réalité contrastée et d'un rapport au numérique qui n'est pas univoque. Ce sondage indique, en effet, que le live reste le mode d'expérience du concert et du spectacle vivant privilégié par une majorité de Français de tous âges ; mais les plus jeunes se déclarent bien davantage intéressés que leurs aînés par les expériences en réalité augmentée lors d'un concert ou d'un festival : 52 % des moins de 35 ans seraient intéressés alors que 72 % des plus de 35 ans ne le seraient pas.

Pour observer le phénomène plus largement, les études du DEPS, notamment l'enquête décennale sur les pratiques culturelles des Français, ou plus récemment les études produites par le Pass Culture ou par le Centre national de la Musique, restent une référence. Toutefois, les données relatives aux pratiques culturelles en ligne restent éparpillées et il s'avère difficile d'établir une vision globale en France. Il est ainsi particulièrement complexe de mesurer non seulement ces usages, mais aussi leurs effets directs et quantifiables (fréquentation des publics en ligne et in situ, création d'emplois et d'activités, retombées économiques...), ainsi que leur impact indirect (externalités sociales, environnementales, organisationnelles...).

Ce manque de données et d'études permettant d'objectiver les changements d'usages culturels est ainsi l'un des constats majeurs formulés par notre groupe de travail. Plus précisément, une multitude de données existent, collectées souvent à l'échelle des institutions culturelles et des réseaux professionnels ou agrégées par les grandes plateformes numériques, mais une organisation collective semble manquer pour les exploiter et les analyser correctement, afin de construire une grille de lecture objective et partagée.

Seules émergent des visions éparpillées, souvent sectorielles et surtout trop intuitives et personnelles. La simple mention des pratiques culturelles en ligne a pu en effet générer chez nos interlocuteurs des positions fortes et clivées, voire dogmatiques. Certains expliquent que les pratiques numériques sont solitaires et enferment, que les œuvres et les offres culturelles numériques sont inintéressantes, que le spectacle vivant ne pourra par nature jamais être numérique... Et, à l'autre extrémité du spectre, d'autres affirment que nos institutions culturelles sont élitistes, que l'on a échoué à atteindre en France le grand but originel de la « culture pour tous », mais qu'avec le numérique il sera enfin possible de réussir la « culture pour chacun » et de faire sortir le monde de la culture d'un certain entre soi.

La bonne compréhension des pratiques numériques culturelles et des nouveaux usages liés à ces technologies constitue donc un enjeu majeur pour les politiques culturelles.

Elles doivent également prendre en compte l'ampleur des disparités d'appétence pour ces mutations selon les générations, afin, en particulier, de conserver le lien avec les plus jeunes générations.

1. Débat « l'évolution des pratiques culturelles des Français : quelles conséquences sur l'action publique ? » ; organisé par News Tank Culture pour la 6ème édition de Think Culture, le 7 septembre 2021.

2. Ibid.

DES INITIATIVES MULTIPLES ET UN NOUVEAU MODÈLE À IMAGINER

Face à cet état des lieux, aux nombreuses incertitudes sur l'évolution des tendances observées et aux innombrables interrogations qu'il suscite, la réponse des professionnels relève encore pour l'essentiel de l'expérimentation.

Il est à ce stade important de mentionner que notre propos n'est pas d'anticiper un basculement des usages culturels vers le « tout numérique », ce qui ne nous semble ni crédible ni souhaitable. Il s'agit plutôt de reconnaître une véritable explosion des usages numériques culturels, qui implique une réflexion profonde pour l'avenir de nos politiques publiques. En outre, notre travail n'ignore pas le contexte écologique et énergétique actuel : celui-ci interroge profondément les actions en faveur de la transformation numérique culturelle dans la mesure où ces usages génèrent une empreinte carbone importante et en forte croissance. Cet aspect nous semble néanmoins à prendre en compte de manière transversale, au même titre que pour l'ensemble des activités économiques et industrielles.



Un lien en construction entre créateurs, institutions et entreprises culturelles

Visite des pyramides d'Égypte en réalité virtuelle, concerts inédits en live sur Twitch, plateforme numérique dédiée à une autre manière de découvrir l'opéra, créations chorégraphiques transdisciplinaires, événements d'art contemporain en réalité augmentée, développement des NFT... autant de champs et d'expériences ouverts à l'heure actuelle par les artistes, les institutions culturelles, les structures et opérateurs privés.

Les entretiens menés ont permis d'identifier quelques réussites et projets particulièrement intéressants, initiés par des artistes ou des institutions.

Des artistes à la croisée de la recherche artistique et de l'innovation numérique

Fer de lance de l'innovation technologique et artistique dans la musique classique, la cheffe d'orchestre **Laurence Equilbey** va prochainement expérimenter un parcours de spectacle vivant augmenté qui sera produit en 2024 à la Seine musicale (Boulogne-Billancourt) par son orchestre en résidence Insula Orchestra. Soutenu par le plan France 2030, ce projet comprend un spectacle interactif (Beethoven war) avec 120 musiciens et chanteurs en salle dans une mise en scène alliant univers manga et les nouvelles technologies XR (VR, réalité augmentée, motion capture), un streaming du spectacle et une expérience immersive participative. Le partenaire technique est VRtuoz, une plateforme sociale immersive pour spectacle augmenté qui travaille en lien notamment avec Télécom SudParis et l'Ircam. L'objectif de ce projet est d'atteindre de nouveaux publics, jeunes notamment, par de nouveaux formats plus proches de leurs habitudes de spectacles et dans un univers manga qui leur « parle ». Cette expérimentation permettra de

mesurer l'impact en termes de jauge, de modèle économique et de nouveaux publics d'un spectacle conçu et écrit dès l'origine pour rapprocher les publics du monde virtuel des publics des salles de spectacle.

Musicien et metteur en scène, **Roland Auzet** développe depuis de nombreuses années un parcours professionnel autour de la création et de la direction de projets artistiques centrés sur la scène pluridisciplinaire, comme metteur en scène et compositeur. Partant du constat que la quasi-totalité des innovations qui concernent le spectacle vivant portent sur sa dématérialisation et que peu d'acteurs de ce secteur s'intéressent à la totalité de la chaîne existentielle (conception, création, production, diffusion) dans un espace « 3D » à conquérir qui s'oppose à une représentation classique dans un théâtre, il initie le projet THIS (Théâtre In Situ), plateforme digitale d'aide à la création et à la diffusion de spectacles vivants augmentés, développée et opérée par la société SMARTHEA. Fondée sur de nouvelles interactions entre publics et artistes (dramaturgies contemporaines, écritures transmédia), THIS cherche à apporter des innovations d'usages technologiques et artistiques orientées vers les créateurs et en faveur des publics.

Les outils numériques au service de la création artistique

Collectif qui, depuis 2013, réunit les artistes Marine Brutti, Jonathan Debrouwer et Arthur Harel, **(LA)HORDE** fait, quant à elle, partie de la génération qui a grandi avec Internet, l'apparition de YouTube et l'essor des réseaux sociaux. Ensemble, ils développent des projets collaboratifs avec des communautés en ligne et des créations multimédiales pour explorer un espace de jeu sensible où se croisent réel et numérique par le biais de performances, installations, films et

créations de plateau.

Actuellement, avec le concours du Théâtre du Châtelet, du BNM et du label InFine, **(LA)HORDE** s'est associé à la plateforme VRtuoz, autour d'une œuvre créée avec Rone, pour proposer une expérience de spectacle augmenté où le spectateur est immergé et interagit dans un environnement virtuel conçu par des artistes, associant autour d'un même événement une scène virtuelle et une scène réelle augmentée.

Artiste pluridisciplinaire, **NSDOS** est adepte du hacking et des innovations technologiques. Après des études de danse, il cherche à créer des sons sur lesquels poser ses mouvements et imagine alors un nouvel ordre sonore, une approche alternative de la musique - par l'abstraction. Parfois qualifié de « hacker de la techno » par la presse française, il détourne les outils technologiques, créant le lien entre les machines et la matière. Il collecte des données vivantes, en utilisant ses propres capteurs de mouvement sur son corps dansant, des dispositifs interactifs ou des programmes de « creative live coding ».

Autodidacte, **NSDOS** défend l'apprentissage en ligne (qu'il qualifie d'expérience « Do it yourself online »), là où les institutions qui lui semblaient dépositaires de connaissances à mettre en partage n'ont pas eu la capacité d'accompagner son parcours.

Pour sa recherche artistique, **NSDOS** utilise principalement les ressources disponibles en open source, défend la communauté des creative commons dont il partage les intérêts et les outils, et explore en permanence les nouveaux mondes artistiques en friche pour mieux se les approprier dans son travail (Hubzilla, Discord, Mastodon, Alternative Reality Game...) ou s'en affranchir rapidement selon les rendus obtenus (NFT...).

Nouvelles plateformes et réseaux sociaux: espaces d'expériences renouvelées entre les artistes et leurs communautés

Particulièrement scrutées à l'heure actuelle, les nouvelles plateformes et réseaux sociaux offrent la possibilité d'autres formes de partage.

Outre Minecraft, jeu vidéo dont l'univers sans fin offre la possibilité aux gamers de créer des mondes parallèles virtuels à l'infini (et rendre ainsi possible de tuer David Guetta lors d'un concert - 130 000 vues sur YouTube), c'est sur Fornite qu'en avril 2019 un concert du rappeur Travis Scott a rassemblé plus de 12 millions de personnes. Pendant dix minutes, grâce à la création d'une version virtuelle du rappeur, les joueurs se sont ainsi retrouvés, dansant sous une pluie de feu, puis sous l'eau et enfin dans l'espace, au plus près d'un Travis Scott géant et torse nu. Organisé par Epic Games, éditeur et développeur du jeu, un premier concert du DJ américain Marshmello avait quant à lui réuni 10,7 millions de joueurs-spectateurs en février de la même année.

Durant la pandémie, ce sont dès lors autant de Lives Facebook, Instagram, vidéos sur YouTube qui ont été publiés presque tous les jours sur les réseaux sociaux. De Dua Lipa à Lou Doillon en passant par Kylie Minogue, Angèle, Christine and the Queens, Alicia Keys, James Blake ou encore John Legend, ces événements à impact international ont permis à des millions d'internautes d'assister à des moments artistiques inédits en simultané et ont ouvert la voie à des pratiques artistiques renouvelées pour les artistes et créateurs aujourd'hui.

Notons pour l'exemple, les musiciens français de Daft Punk (tandem formé en 1993 par Thomas Bangalter et Guy-Manuel de Homem-Christo) qui, en février 2022, ont créé la surprise en rediffusant sur la plateforme Twitch un concert live de décembre 1997 à Los Angeles. Ce retour temporaire sur les réseaux sociaux a été orchestré un an pile après leur séparation marquée par

la diffusion d'une vidéo, d'une durée de 10 minutes, montrant les deux membres, sous leurs traditionnels masques de robots, avancer dans un désert. Après quelques signes évocateurs d'un renoncement, l'un finissait par enclencher le système d'auto-destruction de l'autre, qui se pulvérisait.

En septembre 2022, c'est au tour de la musicienne française Owllé (avec ARTE et la société Atlas), de faire une nouvelle proposition : un concert à la fois virtuel (qui mène le public de Shanghai à la Sibérie) diffusé sur Twitch (toujours) avec des décors 3D modifiés en fonction des messages sur le chat de la chaîne Twitch d'ARTE.

Les institutions publiques expérimentent aussi de nouveaux modèles

A une époque où tout le monde annonçait la mort des acteurs du linéaire, l'audiovisuel public français a su réinventer son modèle.

En s'appuyant sur une identité forte de créateur de contenus éducatifs et culturels, les modes de production de **ARTE** ont été réinventés pour s'adapter aux nouveaux usages dans une approche omnicanale utilisant l'ensemble des plateformes de diffusion disponibles. Aujourd'hui, ARTE est notamment partenaire de YouTube pour le portail « savoirs et cultures » tout en disposant du site arte.fr plateforme très complète, pensée conformément aux standards ergonomiques et techniques imposés par les grandes plateformes de streaming.

De son côté, **Radio France** met à disposition gratuitement un grand nombre de ses podcasts sur l'ensemble des plateformes et les éditorialise sur sa propre application.

L'**institut national de l'audiovisuel (INA)** a, quant à lui, opéré en 10 ans une véritable transformation, rendue possible par une refonte intégrale de son système d'information. Du fait de la mission de l'institution et du volume de contenus gérés, les enjeux techniques sont particulièrement importants et se sont traduits par un changement d'organisation complet et la mise en place d'équipes éditoriales sur le modèle d'un groupe de médias. Cela a permis l'émergence des plateformes ina.fr ou Madelen, une forte croissance de l'audience sur les réseaux sociaux et bientôt la mise à disposition d'analyses en temps réel de l'actualité et des médias.

Parallèlement, de plus en plus d'institutions culturelles commencent à réfléchir à la construction de « jumeaux numériques » pour les lieux patrimoniaux (Azay-le-Rideau avec le Centre des Monuments Nationaux, le MUCEM, la Philharmonie...), en partenariat avec des start-up françaises (dont Garou - devenu récemment Mira). Ces projets, basés sur les technologies de modélisation 3D et de moteurs de rendu en temps réel utilisés dans les jeux vidéo, fédèrent les créateurs à la pointe des technologies immersives (artistes CGi, studios VFX, architectes, designers, experts en photogrammétrie, opérateurs de drones, utilisateurs de Lidar, ingénieurs du son, compositeurs...) dans l'objectif de leur offrir un espace de création unique dans le métavers.

Egalement, en France, le dispositif des **Microfolies**, lancé en 2017, est un musée numérique proposant des contenus issus de 24 acteurs culturels (dont Le Louvre, le Musée d'Orsay, la Cité de la Musique-Philharmonie de Paris, l'Opéra de Paris ou encore Universcience). Susceptible d'être déployé sur l'ensemble du territoire, il peut, selon les lieux, être complété par un FabLab, un espace de réalité virtuelle, une scène, une bibliothèque/ludothèque ou un espace de convivialité. Il s'appuie aujourd'hui sur un important dispositif technique : grand écran, vidéoprojecteur, tablettes tactiles, casques de réalité virtuelle, imprimante 3D... S'il est variable

d'un territoire à l'autre, le succès rencontré par ce dispositif auprès de collectivités territoriales est considérable, d'une part au vu du nombre de candidatures pour l'accueillir et d'autre part, par le souhait de plusieurs d'entre elles de le pérenniser.

Initié en 2021 par RMN - Grand Palais et Fisheye, **Palais augmenté**, premier festival dédié à la création artistique en réalité augmentée, prend forme au Grand Palais éphémère. Sa programmation croise création d'œuvres originales en réalité augmentée in situ, rencontres-débats, présentations de projets de recherches et prototypes artistiques...

Vitrine numérique de l'Opéra de Paris, **3ème scène** offre aux artistes la possibilité de s'emparer d'une tradition centenaire, tout en permettant à un nouveau public de découvrir l'une des institutions les plus prestigieuses de Paris. Créée en 2015, **3ème scène** se veut un projet unique qui convoque tous les arts. La plateforme propose ainsi à des artistes venant d'horizons divers - cinéma, art contemporain, danse, musique, littérature... - de réaliser des vidéos et des courts métrages qui jettent un pont entre l'opéra et d'autres formes d'expression artistique. Elle est gratuite et accessible dans le monde entier.

A l'international, le **British Museum** de Londres s'est associé à l'automne 2021 à la plateforme **NFT LaCollection** pour réaliser une vente de 20 NFT représentant des aquarelles du peintre britannique William Turner et 200 NFT d'œuvres de l'artiste japonais Katsushika Hokusai. Cette stratégie permet aux musées de renouveler leur public en fidélisant une communauté à la recherche d'innovation et de trouver de nouvelles ressources financières.

Ces exemples illustrent l'importance du changement de paradigme à opérer pour développer ce type de modèles au sein de nos institutions culturelles.

Ces transformations, qui doivent s'articuler avec les activités «traditionnelles», nécessitent des investissements lourds (notamment dans les infrastructures ou dans la curation de la donnée) et d'importants changements d'organisation interne pour s'inscrire dans la durée.

De nombreux freins limitent ces initiatives

Pour les artistes et les créateurs, aborder les nouvelles frontières technologiques (intelligence artificielle, contenus immersifs, robotique, technologies blockchain...) nécessite de réinventer les écritures, les modes de création, ainsi que les articulations entre monde culturel numérique et création traditionnelle.

Les entretiens menés montrent que l'émergence de ces nouvelles propositions artistiques demeure particulièrement complexe. Elle repose bien souvent sur un équilibre précaire, tirée par un petit nombre d'artistes convaincus de l'intérêt des nouvelles technologies et bénéficiant de conditions favorables pour accepter une telle prise de risque. Nos interlocuteurs soulignent que ces démarches innovantes requièrent des expertises nombreuses et variées, auxquelles peu d'entre eux ont été préalablement formés. Rien n'est particulièrement

fait pour leur faciliter la tâche, et ces quelques pionniers déplorent pour la plupart de devoir se battre pour faire accepter leurs idées et ensuite réunir les bons partenaires technologiques pour les réaliser.

L'accompagnement provient alors souvent d'un seul partenaire technologique, au risque de déstabiliser l'équilibre de la collaboration et de tomber dans un « art de la technologie » modifiant ainsi le sens et l'intérêt artistiques originels. Il ne s'agit pas ici de critiquer ce modèle, incarné en particulier par les grands réseaux sociaux qui investissent fortement pour mettre à disposition une palette d'outils et de services pour les créateurs, ni de dévaloriser la valeur culturelle des contenus produits selon ces modalités. Il s'agit au contraire de pointer la grande difficulté de partir d'une feuille blanche et de mettre la technologie au service d'un geste artistique.

La difficulté majeure est liée au financement de ce type de projets, les investissements pouvant être très importants et les modèles économiques étant aujourd'hui aux mieux balbutiants.

Des sources de financement exceptionnelles doivent ainsi être trouvées : elles existent aujourd'hui sous la forme d'une multitude d'appels à projets ou dispositifs des collectivités, de l'État, de l'Union européenne ou de mécènes privés, mais un travail de simplification et d'accompagnement reste ici largement à conduire. Du fait de cette complexité, identifier et répondre à des appels à projets ou convaincre des mécènes de soutenir des projets culturels est devenu un métier à part

entière à la charge des institutions, et peu d'entre elles ont les moyens de s'en doter.

Un changement d'échelle nécessite un véritable changement de paradigme

Au-delà des freins qui touchent la création, le point central de la problématique concerne la médiation et diffusion. Le développement massif des usages numériques culturels renvoie à l'enjeu crucial de la souveraineté : assurer la présence et la visibilité d'une diversité d'œuvres et de créations, notamment françaises, dans l'océan numérique.

Bien que partiel et à bien des égards imprécis, le travail mené par notre groupe conduit à penser que la grande majorité des acteurs culturels n'investissent pas ou trop peu les problématiques liées à la diffusion. Ils n'assument pas, notamment, de recourir à des approches marketing ou d'éditorialisation à grande échelle (y compris algorithmique) par peur de tomber dans du divertissement ou de la consommation de masse, mais aussi par crainte d'un effet d'éviction sur d'autres dépenses. Un acteur auditionné indiquait ainsi que le bon ratio pour les contenus audiovisuels était de dépenser 20 % de son énergie et de ses ressources pour la création, et 80 % sur la diffusion. Sans être en mesure d'analyser précisément ce ratio pour nos institutions publiques, il semble intuitivement que nous en sommes assez loin.

Si l'objectif de ces nouvelles propositions culturelles en ligne est bien d'amener le public actuel à ces nouvelles pratiques, de conquérir de nouveaux publics et de diffuser les créations le plus largement possible, un véritable changement de paradigme semble donc nécessaire. La question de la médiation doit en particulier être posée sans tabou, sans la circonscrire à ses modalités traditionnelles centrées sur l'échange et la rencontre physiques, ni aux actions d'éducation artistique et culturelle. Les approches d'animation de communautés, de mobilisation des nouveaux prescripteurs de culture, ou encore de

connaissance et de compréhension des attentes des publics en ligne, devraient être pleinement intégrées aux actions de l'ensemble des secteurs. Par ailleurs, ces nouvelles formes de médiation et de diffusion requièrent des compétences techniques particulières. Elles devront en particulier permettre aux citoyens de mieux s'orienter dans la « mêlée numérique » pour trouver le chemin des œuvres et ainsi tirer profit de toutes les ressources technologiques à disposition; pour les institutions culturelles, elles doivent aussi contribuer à diversifier leurs publics et en conquérir de nouveaux.

Sans prise de conscience de l'importance de ces enjeux, ni volonté de mobiliser les moyens nécessaires pour les relever, les acteurs culturels obèrent donc aujourd'hui leur capacité à répondre pleinement à la promesse de démocratisation culturelle.

Le ministère de la Culture cherche son modèle

Des initiatives ambitieuses récemment impulsées par l'État

— LE PASS CULTURE

Dispositif du ministère de la Culture qui s'est déployé au niveau national à partir de mai 2021, le **Pass Culture** ambitionne de lever les freins d'accès à la culture et d'accompagner les usagers du dispositif vers une autonomie de pratiques durables. Résolument tourné vers les usages et la demande, il constitue une rupture majeure pour le ministère de la Culture.

Le Pass Culture a fait l'objet de nombreuses critiques, portant sur son opportunité et les montants d'argent public qui lui sont consacrés. S'agissant d'une promesse présidentielle ayant fait l'objet de nombreux débats entre le gouvernement et le Parlement, le présent rapport ne reviendra pas sur ces polémiques mais s'attachera aux aspects qui font du Pass Culture un dispositif particulièrement innovant dans l'histoire des politiques culturelles en France.

Le premier élément notable est la méthode choisie pour la construction du Pass Culture. Dès l'origine du projet, le choix de construire le dispositif selon la méthodologie développée pour les « start-up d'État » a été structurant : il s'est ainsi construit autour d'un outil numérique central (en l'occurrence, une plateforme web et une application mobile) pouvant servir d'infrastructure essentielle au service de l'ensemble de l'écosystème culturel existant. Une approche expérimentale a été assumée dès le départ, et sa mise en œuvre a ainsi progressivement évolué, parallèlement à son extension nationale, pour converger vers un modèle désormais largement accepté.

Le deuxième élément notable tient à l'hypothèse initiale selon laquelle, l'écran du smartphone étant devenu une interface essentielle pour s'adresser aux nouvelles générations, l'avenir des politiques culturelles passerait nécessairement par une utilisation ambitieuse et efficace de cette interface. Ce simple pari induit des enjeux particulièrement complexes car la compétition dans ce domaine est extrêmement rude.

Pour atteindre ses ambitions, l'application Pass Culture doit devenir un outil utilisé régulièrement par des millions d'utilisateurs.

Les attentes de la population ciblée sont très fortes en matière d'ergonomie, de performance et de contenu disponible. Les déceptions ne tardent pas à se traduire par un abandon total du service, et même la promesse d'une augmentation du pouvoir d'achat culturel n'est pas suffisante pour intéresser les utilisateurs de manière pérenne - en particulier pour les bénéficiaires le plus éloignés de la culture. Seul un dispositif mutualisé sur l'ensemble des secteurs culturels, et doté de moyens et d'arguments suffisamment solides, est ainsi en mesure de réussir ce pari au bénéfice de l'ensemble du secteur.

Au-delà des ambitions, de la dimension méthodologique et du support technique du dispositif, la mise en œuvre pratique du Pass Culture demeure néanmoins particulièrement complexe pour certains acteurs, notamment pour les institutions du spectacle vivant. Une meilleure interopérabilité avec les systèmes de réservation en ligne, et plus généralement les systèmes d'information des institutions culturelles, apparaît aujourd'hui comme un

prérequis à sa bonne mise en œuvre. De même, l'ouverture des données d'usages ou encore des travaux sur l'éditionnalisation et les algorithmes de recommandation restent à conduire pour atteindre l'objectif affiché de diversification et d'autonomisation des pratiques culturelles.

Il nous semble donc que la priorité pour les prochaines années devrait désormais être de bien installer le dispositif tel que conçu aujourd'hui, sans viser une extension du public ciblé au-delà de la part collective pour les élèves de sixième et cinquième (déjà annoncée pour la rentrée scolaire 2023/2024).

— FRANCE 2030

Dans le paysage des initiatives récentes en faveur de la transformation numérique culturelle, l'élément le plus marquant est certainement l'annonce en septembre 2021 de la stratégie nationale d'accélération des industries culturelles et créatives (ICC), accompagnée d'un budget d'investissement de 400 millions d'euros (financés par le quatrième programme des investissements d'avenir - PIA4). Ce montant a en outre été complété par 600 millions d'euros supplémentaires dans le cadre du plan France 2030 pour « placer la France à nouveau en tête de la production des contenus » dans une concurrence devenue mondiale, où la culture est un enjeu industriel, de rayonnement et de souveraineté.

Ces montants se déclinent dans des dispositifs divers, et le périmètre de la stratégie d'accélération dépasse largement celui de la culture en ligne. Néanmoins, la stratégie est résolument orientée sur deux enjeux majeurs : la transformation numérique et la transition écologique. Au total, près d'un milliard d'euros d'investissements exceptionnels dans les cinq prochaines années sont ainsi fléchés pour donner corps à l'engagement de redonner à la culture toute la place qui lui revient dans notre société. Il s'agit d'un investissement très significatif et d'une réelle opportunité pour les secteurs

culturels : comme évoqué, la création d'expériences culturelles et artistiques numériques nécessite des investissements lourds et les modèles économiques sont encore émergents.

Deux appels à projets dotés chacun de 10 millions d'euros à répartir en trois vagues sur l'ensemble de l'année 2022 répondent particulièrement aux problématiques identifiées dans le cadre du travail de notre groupe : expérience augmentée du spectacle vivant, et numérisation du patrimoine et de l'architecture. A date, les résultats de ces deux appels à projets ne sont néanmoins pas connus et il faudra attendre la fin de l'année 2022 pour en mesurer pleinement l'impact.

Il faut toutefois souligner la grande complexité des dossiers de candidature à ces appels à projets et la nécessité, le plus souvent, de recourir à une expertise extérieure pour y répondre. Cette complexité conduit nombre de petites structures à ne pas se positionner, potentiellement au détriment de la diversité des propositions soutenues et au risque d'une concentration des financements sur les plus structures disposant déjà des moyens les plus importants.

— LA STRATÉGIE NUMÉRIQUE DU MINISTÈRE DE LA CULTURE

Le troisième élément marquant identifié par notre groupe de travail est le lancement par le ministère, début 2022, d'une démarche de stratégie numérique culturelle. Celle-ci part du constat que les acteurs culturels, et en premier lieu les établissements sous tutelle du ministère, sont aujourd'hui confrontés à une grande variété de problématiques numériques, par nature fortement techniques et complexes, qui nécessitent de combiner un grand nombre de points de vue et d'expertises pour aboutir à une stratégie cohérente. En complément des outils de financement mentionnés supra, une acculturation et un accompagnement semblent donc nécessaires.

Pour répondre à cette problématique, un premier document collectif a été publié et présenté à l'ensemble des établissements.

Celui-ci formalise un cadre de réflexion complet pouvant servir d'appui à l'ensemble des acteurs culturels dans la construction de leur propre stratégie numérique : partir des usages et du public, penser les propositions numériques en hybridation et non à côté des propositions existantes, rester cohérent avec les principes structurants du modèle français (diversité culturelle, financement de la création, liberté d'expression ou encore lutte contre la désinformation), et intégrer les grands enjeux sociétaux que sont la lutte contre le réchauffement climatique ou la lutte contre toutes les formes de violence et de discrimination.

Cette démarche permet ainsi de poser un premier cadre commun et officiellement validé par le ministère. Tout l'enjeu reste désormais de pouvoir le décliner de manière opérationnelle et sur des sujets concrets tels que l'utilisation des NFT, le numérique durable ou encore le développement des offres culturelles immersives.

Un manque de coordination et de mutualisation entre établissements publics

Si la pandémie a été l'occasion, pour une grande partie de la population, de développer des pratiques numériques, elle a aussi incité les établissements culturels à expérimenter et enrichir leurs offres en ligne. Mais l'injonction numérique à laquelle se plient les institutions culturelles pour proposer des contenus en ligne, sans modèle économique et parfois à coût perdu, se heurte souvent à l'absence de vision stratégique. Au-delà d'une nécessaire phase exploratoire, la multiplication des offres, des sites et des applications traduit un éparpillement des énergies et des moyens, alors même que ceux-ci semblent manquer globalement.

Ainsi, la complémentarité toujours à l'œuvre entre les pratiques culturelles physiques et virtuelles des publics peine à trouver son équivalent dans les stratégies des établissements culturels.

Faute d'outils opérationnels pour appréhender et construire ces complémentarités, la grande majorité des lieux culturels n'ont pas encore repensé leur relation aux publics en ligne et in situ.

Cette difficulté est particulièrement prégnante dans le secteur du spectacle vivant, qui cherche encore à prendre le virage du numérique en conservant ce qui fait sa particularité et son sens : le rapport au temps – par essence éphémère –, le lien à l'autre, la dimension expérientielle. Au-delà de la captation de spectacles, qui fait encore l'objet de nombreux freins tant du point de vue de la gestion des droits que du réseau de distribution, l'enjeu est bien de développer d'autres types de propositions sans sacrifier le rendez-vous entre les artistes et les publics, et plus largement la dimension relationnelle et de partage de l'expérience artistique.

Une approche coordonnée, permettant de mutualiser les investissements et les retours d'expérience, semble indispensable pour cela.

De manière plus générale, la gestion des contenus numériques et plus particulièrement des collections et des archives, fait aujourd'hui intervenir une multitude de participants (BNF, INA, Archives Nationales, Archives départementales, Centres nationaux, centres de documentation des établissements, associations privées, etc). Les frontières sont parfois floues entre certaines missions, ou à tout le moins difficilement compréhensibles pour un public non professionnel. Chacun de ces acteurs est embarqué dans une stratégie dont le cœur se limite bien souvent à la construction ou au développement d'un site en propre pour mettre ses ressources en ligne. Les

contenus sont donc particulièrement silotés : compte tenu du développement limité de l'open content et des promesses non encore tenues de l'arrivée d'un web sémantique, cela pose un important problème de « découvrabilité ».

Des enjeux similaires peuvent être pointés dans de nombreux autres domaines, notamment les outils de réservations en ligne, bien souvent fermés et non interopérables, avec des informations non normées (ne serait-ce que sur la description, les horaires ou la grille tarifaire) et des parcours utilisateurs très variables. Pour les établissements culturels, le manque de stratégie commune et de cahiers des charges associés, de coordination et de mutualisation des efforts s'inscrivent dans un contexte de difficulté de recrutement des compétences en interne et/ou de financement de prestations en externe. Ce constat tend à plaider pour le développement d'un cadre commun et, dans une certaine mesure, à des mutualisations de dépenses.

Une vision positive de la transformation numérique culturelle reste à affirmer

Ces dernières années, la politique numérique du ministère de la Culture s'est consacrée avant tout à la lutte contre le piratage, la préservation du droit d'auteur et la régulation des plateformes numériques. S'il s'agit indéniablement de thématiques essentielles, cela a pu conduire à présenter de manière négative les enjeux de la transformation numérique des secteurs culturels, avec une approche défensive mettant en avant le nécessaire maintien du modèle culturel français face aux « nouveaux barbares ».

Notre groupe de travail considère que cette approche ne tient désormais plus face à l'explosion des usages numériques culturels.

Dans un contexte d'accélération de la transformation numérique, il y a pour le ministère de la Culture une véritable urgence à agir afin d'articuler une vision positive d'un numérique culturel responsable et durable, et de compléter son arsenal de politiques culturelles par de nouveaux outils orientés sur l'accompagnement technique et opérationnel des acteurs.

Pour plagier le titre d'un article de Romain Pigenel¹, directeur du développement des publics et de la communication de la Cité des Sciences et de l'Industrie, les politiques culturelles publiques n'existent plus dans l'univers numérique. Elles doivent se réinventer en remettant au centre la question du sens et des attentes du public. L'enjeu est de taille, car la bascule d'une partie des usages culturels vers le numérique pose des questions fondamentales sur les objectifs des politiques culturelles, comme sur le rôle et le positionnement du ministère.

1. La communication publique n'existe plus. La stratégie numérique du SIG (2014-2016), juin 2017.

La prise en compte des nouveaux outils utilisés dans le champ de la création artistique doit permettre de comprendre, accompagner et coordonner ces tentatives et initiatives - pour l'heure hétérogènes et expérimentales - qui participent aux mutations en cours et sont d'autant plus innovantes, opportunes et enthousiasmantes qu'elles encouragent à la pluralité des chemins de relation entre les créateurs et leurs publics.

Quatre axes complémentaires et indissociables nous semblent aujourd'hui devoir être mieux pris en compte par les interventions du ministère :

— **La production** : accompagnement des artistes et des institutions en exploration pour s'extraire du cloisonnement disciplinaire/spatial et favoriser l'intégration des approches transdisciplinaires dans les dispositifs de création et de recherche.

— **La diffusion** : accompagnement à la mutation technologique des équipements publics et lieux de création / diffusion pour avoir la capacité d'accueillir et produire les œuvres, performances, expériences ou propositions qui formalisent l'obsolescence des limites séparant les différentes médiations dans l'enjeu de représentation et qui combinent outils numériques et traditionnels.

— **La relation** : intégration et prise en compte réelle du « méta-spectateur » dans la construction des programmations en salle avec, en complémentarité, l'accompagnement des néophytes pour soutenir leur apprentissage des nouveaux usages (plateformes, communautés) et faciliter leurs choix au regard des interfaces existantes.

— **La responsabilité environnementale** : dans un moment de tension particulière sur l'énergie et l'acuité des enjeux liés au bouleversement climatique, le développement numérique doit s'inscrire dans une approche raisonnée, en prenant en compte le bilan carbone de ces développements comme des pratiques culturelles traditionnelles.

Un nouveau modèle à inventer, centré sur la question des lieux et des nouvelles formes de médiation

Si les secteurs et les acteurs culturels ont investi de longue date le très vaste champ des possibles qu'ouvrent les technologies numériques, y plaçant de multiples espoirs pour la démocratisation et la diffusion des contenus culturels, l'accélération de la transformation et les bouleversements du secteur rendent désormais nécessaire une meilleure coordination des forces.

Pour cela, nos travaux et nos réflexions nous conduisent à identifier deux questions principales : quel modèle de financement pour les expériences culturelles en ligne ? Quels objectifs pour une politique culturelle ambitieuse à l'heure du numérique ?

Parce qu'il ne dispose pas de charpente théorisée, d'objectifs explicites, ni souvent des moyens financiers et des compétences nécessaires, le secteur public de la culture peine à trouver des réponses structurées et coordonnées à ces deux questions. C'est pourtant un préalable essentiel pour accompagner la transformation des usages et faire du numérique un levier au service des grands objectifs de politique publique: garantir la pluralité et la diversité de la création, et permettre au plus grand nombre d'y accéder. Le ministère de la Culture a pu quant à lui paraître tétanisé ces dernières années face à l'ampleur de ces enjeux, sans parvenir à définir clairement son rôle dans cette transformation. De ce fait, les équipes artistiques et directeurs de lieux paraissent bien seuls pour y répondre.

Les multiples crises traversées par le secteur ces dernières années ouvrent néanmoins un nouvel horizon. Les confinements et restrictions sanitaires ont contribué à des évolutions décisives, mentionnées supra (généralisation du Pass Culture en mai 2021, finalisation d'une stratégie d'accélération des ICC en novembre 2021 et lancement d'une démarche de stratégie numérique

culturelle en janvier 2022). L'émergence dans le débat public de positions favorables à l'utilisation des NFT, du web3 et des métavers dans un objectif de souveraineté culturelle constituent quant à eux des opportunités pour consolider et amplifier cette dynamique encore fragile. Cependant, toutes ces thématiques restent encore largement à définir, et personne ne sait prédire aujourd'hui quels seront les ingrédients d'un nouveau modèle de politique numérique culturelle.

Il apparaît donc souhaitable aujourd'hui de s'engager résolument dans une posture d'expérimentation sans tabou, sans pour autant renoncer aux principes structurants qui font la spécificité de la culture en France et en Europe.

Il s'agit en particulier de penser le tournant numérique en articulation avec les pratiques traditionnelles, afin de préserver le sens et la valeur des lieux d'arts et de culture, et de réaffirmer l'importance de l'éducation et de la médiation. La pleine inscription de ces mutations dans les enjeux liés au développement durable est également indispensable.

Afin d'apporter la contribution la plus opérationnelle possible à cette ambition, notre groupe de travail s'est attaché à proposer cinq axes de recommandations déclinés en plusieurs propositions. Toutes visent à mieux sensibiliser les acteurs du secteur culturel à ces enjeux, les fédérer et encourager l'ouverture des politiques culturelles vers un métavers durable, qui célèbre et enrichit tous les arts et toutes les formes de culture.

« SORTIR DE L'ÂGE DE PIERRE » : POUR UNE POLITIQUE ARTISTIQUE, CULTURELLE ET NUMÉRIQUE D'ENVERGURE

L'expression « sortir de l'âge de pierre » nous a été inspirée par plusieurs échanges avec des artistes qui, par leur réseau international, suivent de près les innovations et contribuent à des projets internationaux. A leurs yeux, la France est très en retard et s'en tient à des effets d'annonce sans début de réalisations concrètes.

Il est urgent de les écouter et de mettre en place les outils et les financements qui permettront à notre pays de « sortir de l'âge de pierre » pour que le rayonnement de la culture française, ouverte et plurielle, perdure dans les dix prochaines années.

Les propositions présentées par notre groupe de travail s'adressent à un large cercle de parties prenantes, et ne relèvent pas toutes du périmètre du ministère de la Culture. Elles tentent de prendre en compte, si cela s'avère pertinent, trois dimensions : l'État, les collectivités territoriales et l'Union européenne, en cohérence avec les valeurs universalistes qui ont inspiré sa création. Compte tenu de leur diversité, et de la pluralité des enjeux qui s'y attachent, elles n'ont pas fait l'objet d'une évaluation financière.



RECOMMANDATION 1

Mieux comprendre l'évolution des usages : créer un observatoire des publics en ligne en France et au sein de l'Union européenne

Un observatoire des publics en ligne aurait pour mission essentielle d'étudier les mutations des usages culturels, et de construire une grille de lecture objective et partagée. Les études disponibles mettent en effet l'accent sur l'absence d'outils efficaces de compréhension des usages de la culture en ligne, et plus particulièrement la méconnaissance des impacts des algorithmes de recommandation des plateformes et des comportements de désir ou d'addiction.

Les données à exploiter pourraient provenir de plusieurs sources, ce qui nécessite un cadre juridique adéquat :

- **Collecte en propre**, en organisant des enquêtes régulières.
- **Transmission par les institutions culturelles** d'un socle fixe de données sur les mesures d'audiences et d'indicateurs, qui pourrait être rendue obligatoire dans le cadre de leurs contrats d'objectifs et de performance (COP).
- **Transmission par les Centres nationaux** de données des nombreuses études et sondages sur les pratiques culturelles dans leur secteur. Le Centre national du Livre (CNL), le Centre national de la musique (CNM) et le Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC) devraient ainsi être pleinement parties prenantes de cet observatoire transversal.
- **Données d'usages individuels du Pass Culture**, afin de permettre une analyse indépendante de l'impact du dispositif, destinée à compléter les rapports d'analyse que la société produit déjà sur les pratiques culturelles des jeunes de 18 ans.
- **Données d'usages des plateformes numériques**, sous une forme volontaire par les utilisateurs en s'appuyant sur le droit à la portabilité ou bien sous une forme extensive encadrée juridiquement. C'est dans cet esprit que l'Arcom a réalisé cette année une consultation publique sur l'accès aux données des plateformes pour la recherche qui, selon l'autorité de régulation, « a un rôle déterminant à jouer dans la compréhension des usages en ligne ».
- **Données sur les nouvelles tendances et innovations** initiées par des individus et des petites structures, avec la mise en place d'un dispositif plus interactif ouvert à tous, sur le modèle de Wikipedia.

Ces données étant très majoritairement des données personnelles ou couvertes par le secret des affaires, leur publication sous une forme ouverte et réutilisable est impossible. La mission de l'observatoire devrait donc être de les consolider sous une forme cohérente, de publier en open data certains agrégats, d'analyser les données brutes en produisant des études régulières et de construire un tissu de partenariats avec des institutions de recherche pour irriguer un ensemble d'analyses large et indépendant.

Tout acteur culturel le souhaitant pourrait alors faire appel à cet observatoire pour construire une méthodologie d'analyse de son propre public en ligne ou d'étude d'impact d'une offre spécifique. Les données produites seraient alors remises dans le « pot commun », et le ministère pourrait appuyer cette démarche en rendant obligatoire un partenariat avec l'observatoire pour évaluer tout projet d'innovation numérique qu'il finance.

La mise en œuvre d'un tel dispositif nécessite des moyens et une gouvernance solide et partagée. Deux solutions paraissent envisageables à court terme pour construire un premier noyau :

— **S'appuyer sur l'Observatoire des politiques culturelles de Grenoble et le DEPS** pour mettre en place une structure ad hoc et définir les moyens et la gouvernance nécessaires à son fonctionnement ;

— **S'inspirer de la note de février 2022 du Conseil d'analyse économique social et environnemental** qui propose de créer un pôle public d'enquêtes sur la consommation culturelle à partir de partenariats entre les départements d'études des différentes institutions de régulation de l'administration (DEPS, CNC, CNM, CNL, Acom, PEReN). Ce pôle serait placé sous la tutelle de la CNIL ou de l'Arcom. Une commission dédiée à la transparence des données serait créée, avec pour mission de définir les principes collectifs de publicité des données.

Une fois le modèle stabilisé en France, les modalités d'une extension au niveau de l'Union européenne mériteraient d'être examinées.

RECOMMANDATION 2

Concrétiser la stratégie numérique culturelle par la création de dispositifs phares

Une impulsion politique forte est aujourd'hui nécessaire afin de créer un environnement et des dynamiques favorables au développement des nouvelles offres culturelles numériques et surmonter une forme de défiance d'une partie des milieux culturels à l'égard du numérique, qui craignent que « la culture chez soi » ne prenne le pas sur « la culture de sortie ».

Il s'agit de définir collectivement un modèle souhaitable, positif, pour les expériences culturelles numériques et montrer que les offres physiques et numériques sont complémentaires, que la visibilité en ligne est importante pour faire vivre nos lieux culturels et nos salles de spectacle sur tous les territoires.

Cette impulsion politique ne peut être portée qu'au plus haut niveau de l'État, dans une approche interministérielle, afin de montrer la transversalité des enjeux. Elle aurait pour objectif de mobiliser largement les acteurs autour d'un cadre préalablement défini par le ministère de la Culture sur le fondement de sa stratégie numérique culturelle.

Cette démarche pourrait s'incarner par :

— **La mise en place d'un comité stratégique sur la culture immersive, les métavers et la tokenisation (NFT).**

Présidé par la ministre de la Culture, ce comité devrait s'ouvrir à l'interministériel (ministères de l'Économie, de l'Éducation...) et baliser un champ large : évaluation des expérimentations soutenues par France 2030 en termes d'usage, d'impact ou de pérennisation de ce type de dispositifs de financement; réflexion sur le cadre juridique et fiscal d'une politique du métavers et des NFT appliquée aux établissements culturels; ou encore rédactions des contrats types, de règles relatives aux conditions de vente et de rémunération ou d'incitations fiscales. Par ailleurs, conformément à l'objectif du ministère de développer un numérique culturel sobre, les innovations visant à réduire le caractère énergivore de la blockchain devront être suivies de près, comme par exemple le choix de l'algorithme PoS par rapport à PoW. Ces réflexions au niveau national devront s'appuyer sur la stratégie européenne en matière de réalité virtuelle et augmentée, et les recommandations que la Commission européenne doit remettre au troisième trimestre 2022.

— **L'organisation d'un événement fondateur national, le « Valois du Web3 »,** visant à sensibiliser les acteurs culturels à ces enjeux et à illustrer l'engagement du ministère de la Culture sur ce sujet. Cet événement pourrait se dérouler simultanément en physique et numérique, au sein d'un jumeau numérique du site du Palais-Royal. Le ministère de la Culture, qui a réalisé il y a une dizaine d'années la visite virtuelle de l'intérieur de ses bâtiments, pourrait en effet rapidement créer un jumeau numérique du site historique extérieur de la rue de Valois (domaine du Palais-Royal, jardin, Conseil d'État, Comédie-Française...). Il s'agirait non seulement de mettre en valeur ce patrimoine mais aussi

de proposer des rendez-vous virtuels réguliers coordonnés notamment aux grands temps forts du ministère (fête de la musique, journées européennes du patrimoine, nuit des musées...).

— **L'identification d'un lieu pouvant incarner, symboliser et donner à voir les expériences culturelles numériques françaises.** Résolument pluridisciplinaire, celui-ci pourrait s'inspirer des modèles de tiers-lieux culturels et combiner des espaces d'exposition ou de diffusion pour le grand public avec des espaces de création (type FabLab, incubateur ou résidences d'artistes) pour les professionnels. Afin d'incarner le pont souhaité entre culture en ligne et expériences physiques, la rénovation d'un lieu patrimonial existant serait un bon message. Enfin, la création d'un tel lieu pourrait s'accompagner de la mise en place d'un nouveau label afin de développer un réseau de lieux de ce type sur le territoire.

— **La création d'un prix de l'innovation Culture Web3.** Ce prix pourrait être organisé dans un premier temps au niveau des régions françaises, porté par les DRAC. Il serait ouvert à tous les créateurs de projets culturels innovants dans le Web3 de la région concernée. Les 18 régions françaises (avec des jurys régionaux) désigneraient chacune un lauréat admis à concourir à un grand prix national, parrainé par le ministère de la Culture, la Caisse des Dépôts et Consignations (soutien financier de France 2030 pour les lauréats) et d'éventuels mécènes.

— **Le lancement d'un temps fort annuel des jeux vidéo.** En effet, la France dispose d'un atout formidable dans le domaine des jeux vidéo où excellent des compétences à la fois techniques et artistiques, reconnues et recherchées par d'autres pays. Cet événement serait organisé plutôt la nuit pour toucher le public jeune et pourrait être étendu à des grands spectacles ou concerts pour toucher

un public plus large.

Ces initiatives nationales devraient s'accompagner d'une mobilisation des territoires, en particulier au travers de l'implication des DRAC et des régions, afin de tenir compte des spécificités et des dynamiques locales. Même si les communes sont les principaux financeurs des acteurs et projets culturels, la région paraît être l'échelle pertinente pour fédérer les écosystèmes autour d'une stratégie numérique culturelle co-construite puis inscrite dans les contrats de projet Etat/Région. De manière plus générale, une place plus importante donnée à l'émergence est essentielle. Il pourrait être opportun de s'inspirer de la démarche britannique « bottom up », qui part du principe que les idées et les solutions viennent du terrain.

Cette mobilisation régionale devrait enfin être l'occasion pour le ministère de la Culture de s'interroger sur la capacité de l'organisation de ses services déconcentrés à porter les politiques numériques culturelles au niveau local. La nomination d'un référent numérique au sein des DRAC semble en particulier nécessaire pour dépasser les approches sectorielles classiques et mobiliser des moyens et compétences nécessaires pour identifier, fédérer et accompagner les acteurs locaux. Ce référent numérique devrait également être la courroie de transmission avec le service du numérique du ministère de la Culture.

RECOMMANDATION 3

Développer des compétences numériques pour l'ensemble des acteurs culturels

La maîtrise des enjeux liés à la transformation numérique nécessite des compétences spécifiques à tous les niveaux du secteur culturel. À ce jour, ces compétences sont inexistantes ou insuffisantes pour maîtriser les outils numériques, assurer le bon suivi des prestataires techniques, créer et gérer directement des expériences numériques et immersives.

La réponse à ce besoin stratégique nécessiterait une concertation renforcée entre les ministères de la Culture, de l'Éducation et de la Recherche afin d'identifier les nouveaux métiers et les formations numériques à développer (conception, graphisme, médiation, marketing...). Une réflexion serait aussi à mener sur les intitulés de postes et les niveaux de rémunération, pour les rendre plus attractifs et en phase avec ceux du secteur privé. L'enjeu du développement des compétences concerne donc autant la formation initiale et continue que les modalités de recrutement.

— Développer la formation initiale et continue

Il apparaît nécessaire de développer des modules spécifiques consacrés aux nouvelles technologies et aux nouveaux usages en matière numérique dans toutes les écoles d'art, de design, d'architecture, en lien avec les formations existantes dans les universités et grandes écoles, à l'Institut National du Patrimoine (INP), à l'Institut National de l'Histoire de l'Art (INHA) ou à l'École des Chartes. Le ministère pourrait aussi soutenir l'accélération de la transformation des métiers des opérateurs en renforçant son catalogue de formations continues accessibles aux agents des établissements publics (modules en matière d'humanités numériques, marketing digital, droit de l'audiovisuel...).

La création de chaires « culture et numérique » aux Arts et Métiers, dans les grandes écoles d'ingénieurs et les pôles universitaires pourrait aussi être envisagée, avec l'objectif d'attirer les compétences d'ingénieurs et d'informaticiens dans le milieu culturel et artistique, et aussi d'éviter le départ de talents vers l'étranger.

Egalement indispensable : que les agents publics et les collaborateurs des institutions culturelles acquièrent ou renforcent leurs compétences numériques. Après la définition d'orientations ministérielles en la matière, destinées à encourager ce type de formations, des financements dans le cadre de France 2030 pourraient être aussi mobilisés, notamment pour des formations de reconversion au numérique.

— Assouplir les modalités de recrutement

La possibilité de créer des postes hors plafond d'emplois dans le domaine du numérique devrait être examinée pour répondre à la difficulté des institutions culturelles publiques de recruter des jeunes formés au numérique, dans un contexte de pénurie des compétences et de surenchère salariale dans le secteur privé non culturel. Cette solution permettrait aussi aux établissements publics qui, pour la plupart ont atteint leur plafond d'emplois, de répondre à l'urgence de la mise en place de la stratégie numérique culturelle sans attendre que des postes se libèrent (départ en retraite ou mobilité professionnelle).

RECOMMANDATION 4

Développer l'esprit critique des jeunes et leur éducation aux « bons usages » du numérique

Avec le développement du numérique, la maîtrise de l'outil mais aussi de ses usages par les enfants et les jeunes est aujourd'hui un enjeu crucial, à la fois pour les protéger de l'exposition aux contenus illégaux, haineux ou violents, les sensibiliser à la désinformation, les informer sur la gestion et la sécurisation de leurs données personnelles ou la manière de se protéger du cyberharcèlement... Il est aussi essentiel de leur apprendre à rechercher la diversité des points de vue et des contenus sur les réseaux sociaux.

De la même façon qu'on apprend tôt aux collégiens à respecter les bases du code de la route, il est devenu indispensable de les former aux dangers en ligne et dans le métavers à venir. Aujourd'hui, les formations proposées dans les classes procèdent souvent de la volonté d'un enseignant ou de l'existence d'une association susceptible d'intervenir en milieu scolaire, si bien que le niveau de sensibilisation des enfants est disparate selon les départements, les établissements et les niveaux scolaires.

Or l'univers numérique, comme tout espace impliquant des interactions sociales, nécessite une formation, une sensibilisation aux règles et principes du vivre ensemble. Il revient dès lors à l'institution éducative d'organiser cette formation, dans un double objectif de protection et d'ouverture.

Pour être moins exposés à toutes les formes de violence et de discrimination (insultes, racisme, harcèlement, menaces...), les enfants et les jeunes (et les adultes aussi pour les accompagner) doivent en particulier apprendre à gérer un système de modération, à la fois pour se protéger (savoir bloquer des utilisateurs nocifs, créer autour de soi d'une « bulle de protection » ou envoyer aux modérateurs une capture vidéo de l'agression constatée...). Ils doivent aussi apprendre les « bonnes conduites » dans l'espace numérique, qui n'est pas un espace de non droit déconnecté du réel. Il importe d'éviter des comportements du type : « Je suis dans le métavers, je fais ce que je veux ».

De façon plus générale, la détection des mauvais comportements et la mise en place de sanctions adaptées (jusqu'à l'exclusion) devient une urgence pour les pouvoirs publics en lien avec toutes les plateformes. Cela semble possible dans la mesure où certaines plateformes ont déjà compris que l'absence de modération solide présentera un problème pour leur image, leur attractivité et donc leur activité économique (avec risque de retrait de sponsors, de marques...).

Pour lutter contre une forme « d'enfermement » dans des communautés numériques qui n'échangent pas entre elles,

et encourager l'ouverture d'esprit, il importe de faire prendre conscience de la puissance des référencements et des algorithmes dans la mise en avant des contenus, afin que les jeunes acquièrent la distance critique suffisante, ainsi que la capacité et la curiosité de rechercher une pluralité de points de vue.

Sur le modèle de l'attestation de sécurité routière, nous proposons donc la création d'une attestation du « bon usage » du numérique, délivrée en sixième et attestant de l'acquisition d'une série de connaissances de base sur la navigation sur Internet. Ce diplôme, valorisant pour le jeune, pourrait être établi conjointement par plusieurs ministères (Éducation, Culture, Intérieur...).

RECOMMANDATION 5

Accélérer la transformation numérique des institutions et entreprises culturelles

Le maillage du territoire et la politique de labellisation du ministère de la Culture font des institutions publiques culturelles des relais essentiels pour accompagner cette révolution des usages et des technologies. Il nous semble nécessaire qu'elles demeurent des lieux vivants et continuent d'attirer du public. L'enjeu de transformation numérique et de présence en ligne de ces institutions devient ainsi un moyen de montrer qu'un lieu culturel est un vecteur de découverte artistique et de lien social, tout aussi essentiel qu'un visionnage ou une écoute en ligne (un live in situ est une expérience émotionnelle sans commune mesure avec un livestream).

Chaque lieu doit pouvoir proposer des expériences en ligne, et dans un avenir proche en immersion grâce à la réalité virtuelle ou augmentée, en accompagnant les projets artistiques in situ, ante et post spectacle ou visite. Cet accompagnement des institutions au changement des usages est déterminant pour le ministère de la Culture et les collectivités territoriales s'ils veulent avoir les moyens de poursuivre leurs missions de soutien à la création, de valorisation de la diversité et de l'accès de tous à la culture.

Cette mutation ne sera possible que par le biais de partenariats avec des acteurs culturels privés, start-up innovantes, entreprises d'ingénierie, de production et de diffusion. C'est le regroupement de toutes ces forces culturelles qui permettra à France de rattraper le retard constaté par l'avant-garde culturelle française. Cette démarche devrait aujourd'hui se déployer dans toutes les activités des établissements, de la création à la diffusion, et être facilitée par la transformation des infrastructures elles-mêmes.

Pour la création et le patrimoine :

- **Accompagner les artistes dans la création numérique.** L'objectif est de mutualiser les moyens au niveau des territoires et de créer des lieux de création et de rencontre ouverts aux artistes et aux acteurs technologiques. Il s'agit également d'ouvrir la politique de la commande publique sur l'artnet et d'impliquer les centres disciplinaires (CNAP, CN D, Arcena...). Cette politique doit également aborder le déploiement des NFT que certains artistes expérimentent dans la plupart des disciplines (musique, arts plastiques, art visuel, livre...) et inciter les lieux et structures comme le CNAC (Centre National des Arts Plastiques), les FRAC et les Centres d'art mais aussi l'IRCAM à réfléchir à la constitution de collections ou au lancement de commandes publiques.
- **Expérimenter la création et la vente de NFT d'œuvres patrimoniales françaises.** A côté des artistes qui expérimentent les NFT dans leurs créations, le ministère de la Culture doit aussi s'interroger sur la possibilité juridique et financière de créer et vendre des NFT à partir des œuvres patrimoniales, notamment pour celles qui ne peuvent pas voyager en raison de leur fragilité ou de leur statut imposé via une donation. En pratique, cela consisterait à

donner l'autorisation à certains grands musées d'expérimenter la création de NFT à partir d'œuvres patrimoniales connues du grand public, à l'image de la politique menée par le British Museum. Les nouvelles ressources tirées de ces ventes devraient être affectées à la création et à l'enrichissement des collections publiques et non au fonctionnement de l'établissement.

Pour la diffusion :

— **Impulser une nouvelle dynamique pour développer l'open content culturel,** c'est-à-dire diffuser librement les contenus sélectionnés et faciliter leur utilisation par les internautes. Le ministère de la Culture, en lien avec d'autres ministères, pourrait encourager la fabrique de communs culturels numériques en adaptant notamment le code de propriété littéraire et artistique aux usages numériques (moderniser les exceptions au droit d'auteur et mieux reconnaître les licences libres, en particulier dans le domaine de la recherche et de l'action pédagogique). Notre groupe de travail soutient globalement les principales préconisations du rapport réalisé par l'agence Phare et Wikimedia France, L'open content dans les institutions culturelles en France, publié en octobre 2021, et notamment le fait que le ministère incite les institutions culturelles à ouvrir autant que possible les images d'œuvres patrimoniales et engage une réflexion sur l'application du droit d'auteur à des œuvres ou des reproductions d'œuvres appartenant au domaine public.

— **Donner les moyens à ARTE de devenir une plateforme européenne de contenus culturels.** L'enjeu de souveraineté porte aujourd'hui sur la maîtrise de la production et de la diffusion de contenus culturels français et européens. Le temps d'envisager de créer une plateforme comparable aux géants américains et chinois est passé. Il s'agirait plutôt de s'appuyer sur l'expertise reconnue d'ARTE, notamment en matière d'agrégation et d'éditorialisation des

contenus, pour en faire une véritable la plateforme européenne de contenus culturels. Alors qu'elle fête ses 30 ans et un milliard de vues en 2022, ARTE poursuit actuellement son déploiement au sein des pays européens (on peut déjà y trouver des offres en six langues : français, allemand, espagnol, italien, anglais et polonais). Alors que la plateforme d'ARTE est en grande partie financée aujourd'hui par les Etats français et allemands, il s'agirait de mobiliser des moyens financiers et humains supplémentaires, notamment par le biais des fonds européens.

Pour la transformation des infrastructures et des lieux :

— **Inciter à la mutabilité numérique des lieux et structures** pour qu'ils soient en capacité d'accompagner la transformation artistique et culturelle. Un soutien financier, opérationnel et technique pourrait s'organiser à l'échelle régionale en l'inscrivant dans les contrats d'objectifs des établissements culturels négociés avec les tutelles. Pour être pertinents, les indicateurs associés devraient porter sur l'impact des projets numériques artistiques et éducatifs financés par ces aides à la numérisation des lieux.

— **Mutualiser des infrastructures numériques essentielles pour la culture en ligne.** Sous la coordination du ministère de la Culture, l'objectif serait d'appuyer l'ensemble des initiatives numériques des acteurs culturels en impulsant la mise en place d'une offre de service souveraine, la plus complète et opérationnelle possible, adaptée aux besoins des acteurs culturels. Le périmètre précis des infrastructures reste à définir avec les acteurs, mais une première étape serait de s'appuyer sur l'expertise des acteurs les plus avancés et ayant déjà développé de telles infrastructures pour leurs besoins internes (notamment la BNF, les Archives Nationales et l'INA dans les domaines de stockage, pérennisation et de traitement de données numériques).

ANNEXES



ANNEXE 1

Lettre de mission

Les différentes périodes de confinement vécues depuis mars 2020 ont accéléré le développement des propositions culturelles en ligne, dans des secteurs où ces pratiques étaient déjà fortement présentes (cinéma, musique) mais aussi dans de nouveaux secteurs (théâtres, spectacle, musées) où la coprésence physique du public avec l'œuvre était traditionnellement considérée comme essentielle, et où les propositions en ligne préexistantes à cette crise relevaient plutôt de la médiation préparatoire, du prolongement de la visite, que de l'expérience culturelle elle-même.

Les solutions mises en œuvre dans ce contexte d'urgence par les acteurs culturels pour maintenir le lien avec le public recouvrent un large éventail de propositions, de la captation de spectacle conçue comme un pis-aller, à l'investissement dans des formes spécifiquement conçues pour le web, de l'exposition virtuelle en vidéo 360 au MOOC, en passant par le concert en réseau, ou par des propositions interactives.

Ce phénomène, relevant moins d'une rupture que d'une accélération d'une tendance de fond, mérite d'être interrogé, d'autant plus que la très grande diversité des propositions culturelles en ligne en termes de statut des producteurs, de champs esthétiques concernés, de visée (médiation ou œuvre elle-même) ne doit pas faire oublier la présence massive des grands acteurs que sont les plateformes de mise à disposition de contenus. Face à cette structuration, comment évoluent les usages culturels en ligne, dans leur éventuelle diversité générationnelle, sociale et géographique, et quels sont les moyens d'action des acteurs culturels et des pouvoirs publics pour accompagner et orienter ces mutations, dans un objectif d'accessibilité pour tous, et de meilleure visibilité et lisibilité des propositions culturelles de qualité.

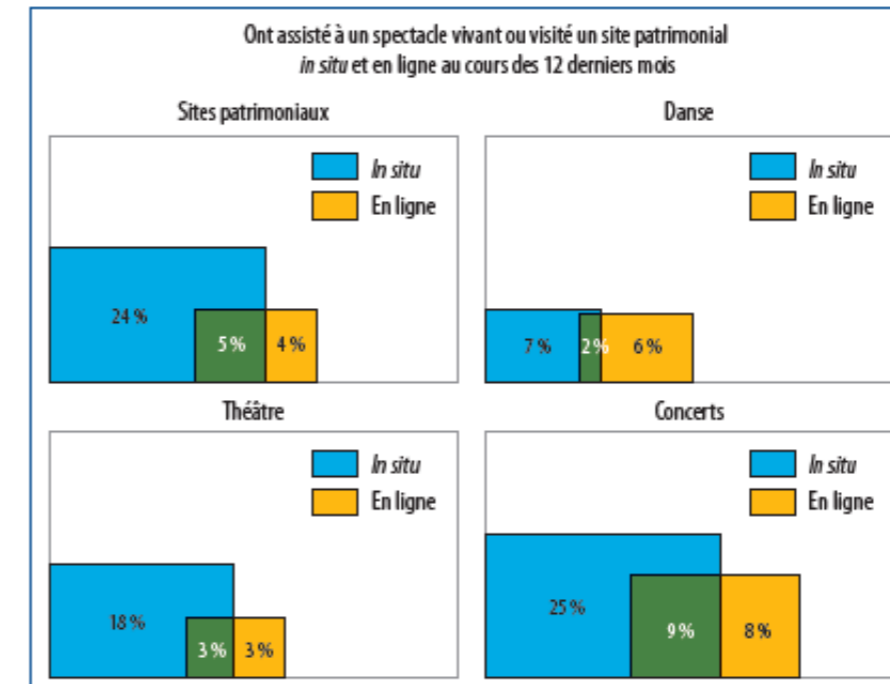
Enjeux importants rattachés à cette question :

- Education culturelle, media literacy, éducation à l'image
- Expérience collective vs expérience individuelle
- Découvrabilité des propositions culturelles, problématique de la recommandation/prescription et des algorithmes de recherche
- Partage de la valeur entre producteurs des propositions culturelles en ligne et plateforme de mise à disposition de contenus : comment cela conditionne-t-il l'offre et les usages, comme agir dessus
- Organisation de la complémentarité entre les usages en ligne et les expériences culturelle « corps présent »
- Comment veiller à ce que culture en ligne rime avec diversité, évitant la concentration des demandes générées par les stratégies marketing et les classements des fournisseurs d'accès
- L'empreinte écologique des usages en ligne
- Jeunesse et évolution rapide des usages numériques : quelles modalités d'adaptation de l'offre
- Archives : Ouverture et numérisation
- Financement de la création : « comment financer les contenus culturels dans un contexte « d'hyper-offre » marqué par l'émergence de grands acteurs numériques qui rémunèrent insuffisamment les ayants droit ? »
- Les nouvelles complémentarités entre l'expérience physique de la culture et la consommation de contenus culturels en ligne : dans quelles conditions, ces deux volets peuvent-ils s'enrichir mutuellement ? »

ANNEXE 2

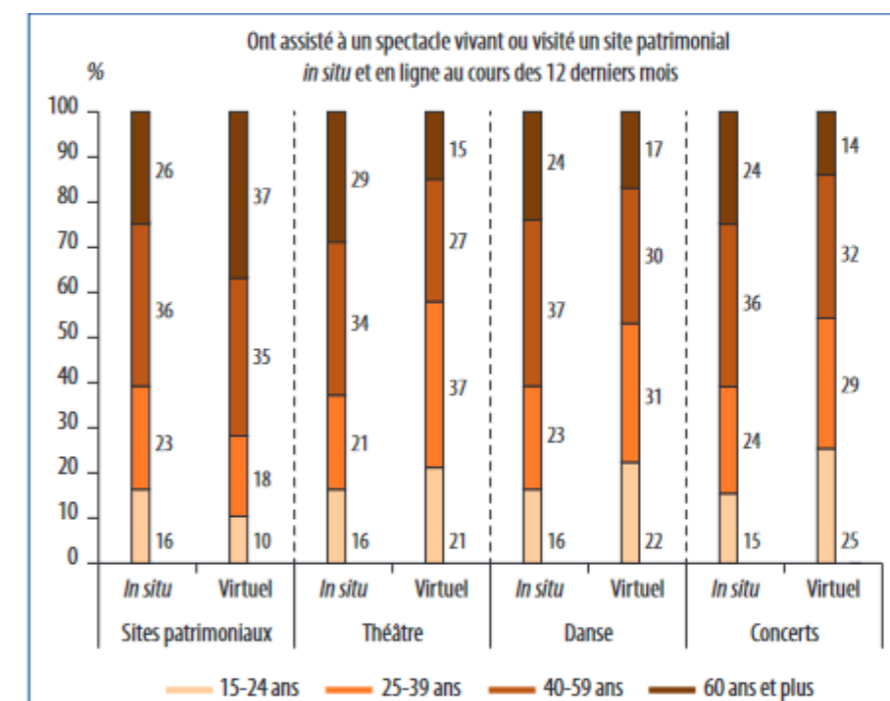
Graphiques et données chiffrées

Recoupement des publics de la culture in situ et en ligne



Source : enquête sur les pratiques culturelles, 1973-2018, DPCS, Ministère de la Culture, 2020

Publics de la culture in situ et en ligne selon l'âge en 2018



Source : enquête sur les pratiques culturelles, 1973-2018, DPCS, Ministère de la Culture, 2020

ANNEXE 3

Bibliographie et ressources documentaires

Au pays de Numérix, Alexandre Moatti, PUF, 2015.

L'ingénierie culturelle, Steven Hearn et Claude Mollard, collection Que sais-je ?, PUF, 2018.

Tempête dans le bocal – La nouvelle civilisation du poisson rouge, Bruno Patino, Grasset, 2022.

Cinquante ans de pratiques culturelles en France, Philippe Lombardo et Loup Wolff, Département des études, de la prospective et des statistiques, ministère de la Culture, 2022.

Politiques culturelles : la stratégie numérique du ministère de la Culture, Service du numérique, ministère de la Culture, janvier 2022.

Stratégie d'accélération des industries culturelles et créatives : innovation et culture face aux défis des transitions numérique et écologique, Direction générale des médias et des industries culturelles, ministère de la Culture, novembre 2021.

Pratiques culturelles en temps de confinement, Anne Jonchery et Philippe Lombardo, Département des études, de la prospective et des statistiques, ministère de la Culture, juin 2020.

Podcast « La Brèche » sur les programmes et le fonctionnement d'Arte : plateforme européenne / innovation et co-production, Gilles Freissinier, avril 2021.

La communication publique n'existe plus. La stratégie numérique du Service d'Information du Gouvernement (2014-2016), article de Romain Pigenel, juin 2017.

Future Art Ecosystems 2 : Art x Metaverse, Serpentine Galleries, juillet 2021.

La culture face aux défis du numérique et de la crise, note du Conseil d'analyse économique (Olivier Alexandre, Yann Algan et Françoise Benhamou), numéro 70, février 2022.

Onze dilemmes de politique culturelle pour le numérique, L'Observatoire – La revue des politiques culturelles, numéro 58, été 2021.

Les industries culturelles et créatives, Réalités industrielles, Annales des Mines, février 2022.

L'open content dans les institutions culturelles en France – Etat des lieux des pratiques numériques et d'ouverture de contenus, l'Agence Phare et Wikimedia France, octobre 2021.

The impact of digital technology on arts and culture in the UK, rapport du parlement britannique, mai 2022.

Débat « L'évolution des pratiques culturelles des Français : quelles conséquences sur l'action publique ? », organisé par News Tank Culture, pour la sixième édition de Think Culture, le 7 septembre 2021.

Rencontres HACNUM « Quelles politiques culturelles pour le numérique ? », en partenariat avec l'Observatoire des Politiques Culturelles dans le cadre du Festival Scopitone, le 10 septembre 2021.

ANNEXE 4

Personnes auditionnées

Artistes et compagnies

Roland Auzet, metteur en scène
Laurence Equilbey, cheffe d'orchestre
NSDOS, musicien
(La)Horde / Ballet National de Marseille, collectif art vivant / visuel

Structures culturelles publiques

Roei Amit, directeur général du Grand Palais Immersif
Gilles Freissinier, directeur du développement numérique de ARTE
Didier Fusillier, président du Parc et de la Grande Halle de la Villette
Emmanuel Oriol, directeur du Conservatoire **Georges Bizet**, Paris 20ème
Romain Pigenel, directeur du développement des publics et de la communication de la Cité des Sciences et de l'Industrie
Vincent Poussou, directeur des publics et du numérique de la Réunion des musées nationaux et du Grand Palais des Champs-Élysées, auditeur du CHEC
Matthieu Rietzler, directeur de l'Opéra de Rennes

Structures privées et financeurs

Jean-Sebastien Beaucamps, co-founder & CEO de La Collection IO
Gilles Duffau, responsable de projets e-culture et patrimoine à la Caisse Dépôts et Consignations, auditeur du CHEC
Maud Franca, directrice adjointe de la Caisse dépôts et Consignations
Eric Garandeau, directeur des affaires publiques de TikTok France
Steven Hearn, directeur ingénierie du Groupe SOS

Culture et président de Scintillo
Pierre de Margerie, co-founder & CEO de Sloclap (jeux vidéo)
Thomas Tassin, directeur général de Garou/Mira

Universitaires et chercheurs

Céline Guyon, archiviste, maître de conférences associée à l'Ecole Nationale Supérieure des Sciences de l'Information et des Bibliothèques
Anne Jonchery, chargée d'études au Département des études, de la prospective et des statistiques du ministère de la Culture
Philippe Lombardo, chargé d'études au Département des études, de la prospective et des statistiques du ministère de la Culture
Alexandre Moatti, ingénieur en chef du corps des Mines, historien des sciences
Amandine Schreiber, cheffe du département des études, de la prospective, des statistiques du ministère de la Culture

ANNEXE 5

Lexique

Blockchain : Technologie de registre décentralisée et sécurisée, permettant le stockage et la transmission d'information sans organe de contrôle.

Creative Commons (CC) : association à but non lucratif dont la finalité est de proposer une solution alternative légale aux personnes souhaitant libérer leurs œuvres des droits de propriété intellectuelle standard de leur pays, jugés trop restrictifs.

Cryptomonnaie : monnaie numérique en usage sur internet, indépendante des réseaux bancaires et liée à un système de blockchain (Bitcoin, Ether...).

DAO (ou Decentralized Autonomous Organisation) : organisation autonome décentralisée. Permet aux possesseurs de jetons de voter sur un projet.

Découvrabilité (d'un contenu) : disponibilité en ligne et capacité à être repéré parmi un vaste ensemble d'autres contenus, en particulier par une personne qui n'en faisait pas la recherche.

Discord : logiciel propriétaire gratuit de VoIP et de messagerie instantanée. Il fonctionne sur les systèmes d'exploitation Windows, macOS, Linux, Android, iOS ainsi que sur les navigateurs web.

Fediverse (ou Fédiverse, parfois orthographié Fedivers ou Fédivers) : mot-valise de l'anglais pour « fédération » et « univers » pour désigner une assez large fédération de serveurs formant un réseau social. Il est construit autour de logiciels libres, permettant

donc un auto-hébergement, ou bien l'utilisation d'un service prêt à l'emploi chez un tiers.

Framasoft : réseau d'éducation populaire consacré principalement au logiciel libre. Il est soutenu depuis 2004 par l'association du même nom, après avoir été créé en novembre 2001 par Alexis Kauffmann, Paul Lunetta, et Georges Silva. Il s'organise collaborativement sur trois axes : promotion, diffusion et développement de logiciels libres, enrichissement de la culture libre et offre de services libres en ligne.

Hubzilla : système de réseau social distribué et sous forme de logiciel libre sous licence MIT, basé sur les protocoles Zot. Il fournit blog, wiki, agenda, et cloud avec accès WebDAV, pour partager les fichiers, gestion fine par ACL des objets, forum communautaire et salon de discussion.

Interopérabilité : capacité de systèmes, unités, matériels à opérer ensemble.

Mastodon : réseau social et logiciel de micro-blog auto-hébergé, libre, distribué et décentralisé via ActivityPub au sein du Fediverse. Il permet de partager des messages (« pouets » ou toots dans d'autres langues dont l'anglais), images et autres contenus. Des instances sont publiquement mises à disposition afin de faciliter son utilisation.

Métavers : univers virtuel, futur d'internet. Terme inventé par Neal Stephenson dans son ouvrage de science-fiction Snow Crash (Le Samouraï virtuel) paru en 1992.

Mobilizon : logiciel libre d'organisation d'événements et de gestion de groupes (Meet-up) lancé en octobre 2003 par Framasoft pour

proposer une alternative libre aux plateformes des GAFAM (Facebook, Meetup.com, EventBrite). Mobilizon n'est pas une plateforme géante, mais une multitude de sites web Mobilizon interconnectés, appelés instances, capables de communiquer entre elles grâce au protocole ActivityPub, un récent standard du W3C.

NFT : Non Fungible Token (jeton non-fongible). Technologie de contrats intelligents basés sur une blockchain et utilisés pour produire et vendre des créations artistiques numériques.

Open source (ou logiciel libre) : s'applique aux logiciels (et s'étend maintenant aux œuvres de l'esprit) dont la licence respecte des critères précisément établis par l'Open Source Initiative, c'est-à-dire les possibilités de libre redistribution, d'accès au code source et de création de travaux dérivés.

PoS et PoW (proof of stake ou preuve de participation / proof of work ou preuve de travail) : protocoles permettant de valider une transaction ou une modification d'une blockchain. La preuve de travail repose sur la résolution d'une énigme cryptographique, ce qui nécessite une importante capacité de calcul et est donc particulièrement énergivore. La preuve de participation repose sur la possession d'une certaine quantité de cryptoactifs et consomme donc beaucoup moins d'énergie mais est considéré comme moins résistant en termes de sécurité.

Transmédia : terme issu du concept anglais transmedia storytelling (narration transmédia). La narration transmédia, telle que conçue par Henry Jenkins en 2003 est le processus de déploiement

d'œuvres de fiction caractérisé par l'utilisation combinée de plusieurs médias pour développer une expérience unifiée et cohérente.

Tokeniser : valoriser et matérialiser des actifs réels dans le monde numérique.

Twitch : service de streaming vidéo en direct et de VAD lancé en juin 2011 et exploité par Twitch Interactive. Le site a commencé avec la diffusion en direct de jeux vidéo - y compris de compétitions d'e-sport - avant de se diversifier avec d'autres contenus — notamment musicaux et discussion — depuis la fin des années 2010.

Web3 : internet décentralisé, basé notamment sur les technologies blockchain, où les utilisateurs contrôlent leurs données, leur identité et leur destin.

XR : Extended Reality ou Réalité Étendue. Elle regroupe les diverses formes de réalité immersives, comme la réalité augmentée (AR), la réalité mixte (MR), ou la réalité virtuelle (VR).

ANNEXE 6

Quelques entreprises françaises dans le métavers et le Web3

3DCREATION

Fondée en 2017 à Lyon. Agence spécialisée en métavers, espace de réalité virtuelle, visites virtuelles, vidéos 360°, 3D, Street View. AR, VR. L'entreprise collabore avec des clients de tous secteurs (industrie, patrimoine, culture, tourisme, éducation) et les accompagne dans leur digitalisation.

LaCollection.IO

Plateforme LaCollection.IO, lancée le 30 septembre 2021, vise à permettre à des musées, des galeries et peut-être par la suite des artistes directement, de vendre leurs œuvres physiques, sous forme de NFT.

Lynx Mixed Reality

Entreprise française qui conçoit et fabrique des casques autonomes de réalité mixte (virtuelle et augmentée). Le Lynx R-1 devrait sortir au troisième trimestre 2022.

Mira

Fondée en 2020. Mira (ex Garou) est un métavers basé sur la réalité géographique des lieux qui vise à construire une communauté où les créateurs et les utilisateurs peuvent partager leur contenu VR et interagir avec d'autres personnes.

Timescope

Fondée en 2015. La plateforme a pour but de mettre la réalité virtuelle et augmentée au service des villes et les sites culturels pour valoriser leur patrimoine et en faire un vrai outil d'accueil et d'attractivité. L'entreprise a développé un concept de borne de réalité virtuelle fonctionnant à l'image d'une machine à voyager dans le temps, permettant de se téléporter, sur un lieu précis, dans le passé ou le futur.

VRrOOm

Créé en 2018, par un directeur du théâtre. A pour but de faire rayonner le spectacle vivant à travers le monde par le biais de plateformes de réalité virtuelle sociale, qui permettent d'être immergés et de partager des temps forts de la communauté. Y est retranscrit la magie du spectacle vivant dans des mondes virtuels créés sur mesure, dans lesquels le public peut se retrouver sous forme d'avatars, comme par exemple le concert de Jean-Michel Jarre commandité par la Mairie de Paris pour le Nouvel an 2020.

VRtuoz

Fondée en 2016. Agence à 360° spécialisée dans la création de contenus digitaux immersifs et interactifs. Après avoir accompagné les acteurs économiques et financiers, elle propose aujourd'hui est une plateforme expérientielle multi-utilisateurs AR/VR de meta-spectacles.

WiXar

Fondée en 2018. Première plateforme collaborative pour l'apprentissage immersif. WiXar propose un service de montage de vidéos 360° enrichi par des interactions ludiques (gamification) afin de créer des micro-jeux et des formations interactives. Leur mission est de permettre à chaque entreprise de construire rapidement ses expériences vidéo 360° interactives et de proposer des contenus immersifs en RV.

ANNEXE 7

Quelques initiatives en région

Festival Scopitone : cultures électroniques et arts numériques à Nantes

Organisé par Stereolux, le festival Scopitone est un rendez-vous de dimension internationale, dédié aux cultures électroniques et aux arts numériques. Il attire entre 25 000 et 50 000 festivaliers selon les formats, et met en avant près d'une soixantaine d'artistes.

Festival Maintenant : arts, musique et technologies à Rennes

Créé en 2001, le festival Maintenant se déploie pendant 10 jours en octobre sur le territoire de Rennes Métropole, autour des mots-clefs arts, musiques & technologies. Il est organisé par l'association Electroni[k].

Stunfest : festival dédié aux cultures vidéoludiques à Rennes

Créé en 2005 par 3 Hit Combo, le Stunfest s'est vite imposé comme un événement bien plus vaste, croisant la multitude des cultures vidéoludiques au service d'une même ambition : encourager la pluralité des publics à questionner leur rapport à un objet culturel commun en perpétuelle évolution. Grâce à une programmation de plus en plus riche et variée, et un public grandissant, le festival est passé d'un événement local à un rendez-vous international et certains des plus grands joueurs mondiaux, des passionnés, des créateurs, des chercheurs, aux côtés de plus de 13.000 festivaliers.

Constellations : festival international des arts numériques à Metz

Le festival Constellations de Metz tend à explorer et investir le patrimoine de la ville qui sert de support, d'inspiration ou de moyen d'expression

à la création contemporaine afin de proposer une vision nouvelle du patrimoine messin par la programmation de parcours artistiques originaux: mapping vidéo sur la cathédrale Saint-Étienne, installations immersives, scénographie laser...

Pléiades : festival des arts numériques à Saint-Étienne

Au croisement entre arts, sciences et technologies, Pléiades, festival des arts numériques de Saint-Étienne, propose une déambulation dans la ville à la découverte d'œuvres qui mettent à l'honneur le patrimoine historique, architectural et urbain, les commerces et les lieux culturels par le prisme du numérique. Expériences visuelles et sonores, monumentales pour certaines, intimes pour d'autres, installations interactives, contemplatives, virtuelles ou hybrides, les œuvres présentées invitent à une immersion dans un univers sensible, poétique et symbolique et ouvrent un dialogue avec le public.

La plateforme numérique de ressources «Travail et Culture» en Hauts-de-France

Soutenue par le ministère de la Culture, portée et développée par l'association TEC/CRIAC (Travail et Culture, Centre de Recherche, d'Innovation Artistique et Culturelle du monde du travail), cette plateforme a été mise en ligne début 2017. Grâce à différents outils numériques, elle vise à permettre la constitution d'un réseau ouvert des acteurs de la culture et du monde du travail.

ANNEXE 8

Quelques initiatives en Europe

Ars Electronica – Linz, Autriche

Organisation basée à Linz, en Autriche, qui se consacre à la promotion de la création numérique depuis 1979. Elle pilote plusieurs activités : le festival Ars Electronica consacré aux rapports entre art, technologie et société ; le musée Ars Electronica Center (ACE) consacrés aux arts numériques et médiatique depuis 1996 ; le Ars Electronica Futurelab qui porte des projets de recherche interdisciplinaires dans le domaine de la tension entre l'art, la technologie et la société ; le prix Ars Electronica, compétition internationale d'art numérique dénommée Golden Nica.

Chaos Computer Club – Europe

Le Chaos Computer Club, que l'on désigne souvent par le sigle CCC, est l'une des organisations de hackers les plus influentes en Europe. Le Club se décrit plus poétiquement en tant que communauté galactique des êtres de la vie, indépendante de l'âge, du sexe, de l'origine ethnique ou de l'orientation sociale, qui œuvre par-delà les frontières pour la liberté d'information et qui étudie autant les possibilités de la technologie que ses impacts sur la société et l'individu. Le Chaos Computer Club est principalement actif dans les pays germanophones mais les différents congrès qu'il organise depuis 1984 attirent des milliers de personnes à travers l'Europe et ailleurs dans le monde.

KIKK Festival – Namur, Belgique

Le KIKK est un festival international des cultures numériques et créatives qui explore les implications économiques et artistiques des nouvelles technologies. Il explore les croisements entre l'art, la science et la technologie : codage créatif, art, conception Web et UX, IA, data viz,

narration, recherche, expérience interactive, graphisme et motion design, VR, XR...

Mapping festival – Genève, Suisse

Le Mapping Festival est organisé par PPING, une association culturelle genevoise à but non lucratif qui compte 35 membres en 2022, dont de nombreux artistes actifs dans son domaine de prédilection. Elle a pour but de promouvoir les arts audiovisuels, technologiques et transdisciplinaires sur la scène artistique romande et de faire rayonner celle-ci à l'international.

Mutek - Espagne / Montréal

Fondé en 2000, MUTEK se dédie à la présentation de musique électronique live et à la performance audiovisuelle en temps réel, ce qui en fait l'une des rares vitrines en Amérique du Nord pour de telles innovations. Après 20 ans d'existence, le mandat défricheur du festival a gagné en maturité et son engagement envers les mutations perpétuelles et les variations de la créativité numérique contemporaine demeure, avec les yeux et les oreilles toujours orientés sur l'avenir. MUTEK a construit au fil des ans un modèle unique qui s'est avéré exportable de manière spectaculaire. Les ramifications s'étendent maintenant sur quatre continents, dans six autres villes, dont Madrid; chaque antenne puisant dans la chaîne des valeurs du festival pour stimuler encore davantage la richesse des arts électroniques et numériques.

ANNEXE 9

Le Pass Culture

Pour les jeunes de 18 ans

Après plus de deux ans d'expérimentation dans 5 puis 14 départements, le Pass Culture a été généralisé le 20 mai 2021 à l'ensemble du territoire français métropolitain ainsi qu'en outre-mer.

L'application Pass Culture est créditée de 300 €, à utiliser dans les 24 mois ; pour découvrir et réserver des propositions culturelles de proximité et des offres numériques.

Après une phase d'expérimentation débutée en septembre 2021 dans une vingtaine d'établissements scolaires des académies de Rennes et de Versailles, le Pass Culture est étendu au 1er janvier 2022 aux jeunes dès le collège.

A noter : le Pass Culture a pour objectif d'encourager la rencontre entre les acteurs culturels et les utilisateurs, il n'est donc pas possible de se faire livrer des biens matériels. Les achats de biens numériques (e-book, SVoD, jeux vidéo...) sont plafonnés à 100 €.

L'extension du Pass Culture aux jeunes de moins de 18 ans

Effective depuis le 1er janvier 2022, elle résulte d'une riche collaboration entre les ministères de la Culture et de l'Éducation nationale mais également de l'Agriculture, des Armées et de la Mer. Elle s'articule avec la politique EAC portée par le Gouvernement.

Une part individuelle, à partir de 15 ans

L'offre individuelle est accessible via l'application. Le crédit évolue en fonction de l'âge : 20 € à 15 ans, 30 € à 16 et 17 ans.

Une part collective, à partir de la classe de 4ème et jusqu'en terminale, pour des sorties et rencontres collectives

Cette part collective fait l'objet d'une réservation par l'enseignant sur une plateforme dédiée, à raison de 25 € pour les élèves de quatrième et de troisième, 30 € pour les élèves de seconde et de CAP, 20 € pour les élèves de première et de terminale.

A noter : la classe peut accueillir au collège ou lycée un artiste ou un professionnel de la culture ou aller au musée, visiter un monument, voir un spectacle ou encore participer à un atelier. Une démarche de co-construction avec les élèves et le partenaire culturel choisi est privilégiée.

ANNEXE 9

Le Pass Culture

Quelques chiffres clés (pour les jeunes de 18 ans)

- **La généralisation du pass Culture :**
c'est près d'un million de comptes crédités (depuis le 20 mai 2021)
- **Le pass Culture, un outil de la relance du secteur suite à la crise liée à pandémie :**
Près de 87 millions d'euros auront été dépensés en 2021 (109 sur les 12 derniers mois) à destination des acteurs culturels et près de 7 millions de réservations ont déjà été effectués sur l'application depuis la généralisation.

Ces réservations sont rendues possibles par la présence de plus de 11.000 acteurs culturels sur le Pass. Elles se concentrent en volume autour du livre (81,6 %), du cinéma (5,5 %) et de la musique (4,6 %) et en termes de montant dépensé autour du livre (52,8 %), du cinéma (16,4 %) et des instruments de musique (13,3 %). Les domaines du spectacle vivant et des musées et expositions sont pour le moment plus en retrait. Cela s'explique en partie par la fermeture des lieux durant la crise sanitaire et leur réouverture progressive, mais également par une offre qui doit encore s'étoffer sur ce plan.

A noter : on observe un usage collectif de pratiques qui n'étaient pas spontanément plébiscitées par les jeunes utilisateurs. Il sera nécessaire d'étudier quel effet cela peut produire sur l'usage individuel du Pass.

La part individuelle

- 587 000 comptes crédités
- Répartition des réservations par volume : livre (86 %) ; Cinéma (7 %) ; Musique (3,5 %)
- Répartition des réservations par montant : livre (74 %) ; Cinéma (10 %) ; Musique (6 %) ; Instrument de musique (3,5 %)

La part collective

- 5400 offres collectives consommées ;
- 811 structures culturelles ayant créé une offre collective
- Répartition des offres par catégories : spectacle vivant (35 %) ; conférence (14,5 %) ; Atelier/ pratique artistique (10 %) ; séance de cinéma (10 %) ; visite guidée (9 %) ; rencontre (8 %).

Crédits / Adobe Stock
@Antonio Rodriguez
@macrovector
@master1305
@guguart

- Octobre 2022 -