

Introduction

Par Aurélien PALIX

Direction générale des Entreprises – Ministère de l'Économie, des Finances et de la Relance

La culture tient en France une place particulière, à la fois par sa réalité économique – les filières créatives représentant plus de 2,3 % du PIB national – et par ce qu'elle représente dans notre imaginaire collectif – les Français se revendiquant avec fierté de leur héritage culturel. La culture est d'ailleurs vue de manière assumée comme un outil central du rayonnement de notre pays dans le monde ; cette vision a d'ailleurs été au cœur de la décision de créer un ministère dédié aux Affaires culturelles dès l'année 1959. Cette politique volontariste a permis non seulement la diffusion de la culture sur l'ensemble du territoire, mais également le soutien à la mise en place et au développement des industries culturelles et créatives (ICC).

Aujourd'hui, le constat est clair : les industries culturelles et créatives françaises contribuent au rayonnement de notre pays. On peut mentionner notamment le fait que la France dispose d'un réseau de musées de premier plan, qui va bien au-delà des grands musées parisiens, que ce soit La Piscine à Roubaix ou le MUCEM à Marseille, ou encore que le spectacle vivant est particulièrement dynamique avec de nombreuses manifestations scéniques, privées comme publiques, et surtout la tenue de très importants festivals, et du premier d'entre eux, celui du théâtre d'Avignon. La France dispose d'un réservoir de création musicale et cinématographique extrêmement varié et ayant une résonance internationale. On peut bien évidemment non seulement se féliciter de la Palme d'or et du Lion d'or 2021 qui sont revenus à des réalisatrices françaises⁽¹⁾, mais également du succès à l'international de certains artistes musicaux, sur des registres particulièrement différents, allant de Christine and the Queens jusqu'au Quatuor Modigliani. Par ailleurs, le développement des industries culturelles a permis à certaines entreprises françaises de s'imposer en tant que championnes mondiales dans leurs domaines respectifs, qu'il s'agisse de la distribution de musique, avec Deezer, du jeu vidéo, avec Ubisoft, ou encore de l'édition, avec le groupe Hachette. Et au-delà de ces grands groupes, le secteur repose sur un tissu très dense de très petites entreprises, PME et jeunes pousses, pour certaines très dynamiques.

Pourtant, malgré ce succès d'estime, la question du modèle économique de la culture se pose, tout comme celle de la notion même d'industries culturelles et créatives. En effet, parler d'industrie et d'art a longtemps pu faire polémique, puisque cela suppose la marchandisation de la création et des arts, alors même que les processus créatifs sont censés reposer sur une approche désintéressée. C'est au travers de cette perspective que les premiers académiques à s'être penchés sur le concept d'industrie culturelle, notamment Adorno et Horkheimer⁽²⁾ dans la moitié du XX^e siècle, ont souvent souligné le risque de normalisation des œuvres, voire d'une création biaisée par des considérations purement marchandes et contraintes par la demande. Ces débats restent bien évidemment d'actualité, surtout si l'on se penche sur les nouveaux modes d'accès à certains contenus culturels, notamment la production musicale ou audiovisuelle. En effet, ces secteurs font face à de grandes plateformes, dont certaines se lancent elles-mêmes dans la production de contenus et peuvent ainsi imposer aux autres producteurs des contraintes en termes de format, voire même de ligne éditoriale. Néanmoins, la dimension économique des activités culturelles ne doit pas être un tabou, notamment si l'on se réfère à notre histoire, où les artistes ont de tout temps vécu grâce à la commande. Les évolutions de ces dernières décennies n'ont pas donné raison aux détracteurs du concept d'industries culturelles, dont la structuration a permis au contraire la multiplication des modes de création, des formes de l'expression artistique en elle-même et des moyens pour les utilisateurs d'accéder aux créations artistiques.

L'objet de ce numéro de *Réalités industrielles* est de chercher à mieux discerner les enjeux auxquels sont confrontées les industries culturelles et créatives, et à identifier quelles sont les perspectives pour les acteurs composant celles-ci dans les prochaines années, alors que l'ensemble de la chaîne de valeur est bouleversée par la transition numérique. Avant de nous intéresser plus en détail aux ICC, il convient de les définir. Nous adopterons dans le cadre de ce numéro la définition retenue par le gouvernement pour élaborer la stratégie d'accélération dédiée aux industries culturelles de son plan de relance. Elles y sont caractérisées à travers les secteurs de l'audiovisuel, du cinéma, du livre, de la presse, du spectacle vivant, de la musique, des musées et du patrimoine, des arts visuels, du *design*, de l'architecture et du jeu vidéo. Les industries culturelles sont donc particulièrement diverses et offrent peu de passerelles et de possibilités de contact entre les acteurs d'un sous-secteur à un autre, alors même que leurs problématiques sont souvent proches. Nous verrons au fil des articles composant ce numéro que les problématiques liées aux transformations actuelles touchent effectivement

⁽¹⁾ Julia Ducournau a reçu la Palme d'or pour le film « Titane » et Audrey Diwan le Lion d'or de la Mostra de Venise pour le film « L'événement ».

⁽²⁾ T. W. ADORNO & M. HORKHEIMER, *Dialectique de la raison. Fragments philosophiques*, 1947.

l'ensemble des sous-secteurs culturels, et souvent d'une manière beaucoup plus proche que l'on ne l'imagine. Les forces en jeu sont les mêmes pour l'ensemble des ICC : la globalisation des contenus, les transitions numérique et environnementale, le rôle des technologies dans les créations de contenus culturels... C'est d'ailleurs dans cette perspective que s'inscrit l'action du gouvernement, lequel cherche à entreprendre une structuration des industries culturelles et créatives autour d'un projet commun de filière, à l'instar de ce qui a été fait dans les comités stratégiques de filières du Conseil national de l'industrie. Ce besoin de dialogue entre les différents sous-secteurs culturels est d'autant plus fort que les dynamiques en cours se sont vues particulièrement accélérées par la crise sanitaire de la Covid-19, qui a poussé de nombreux acteurs culturels à devoir repenser entièrement leur relation avec leur public.

Si la première partie de ce numéro de *Réalités industrielles* s'emploie à identifier les problématiques spécifiques aux ICC dans un monde de plus en plus globalisé, la seconde cherche à mettre en évidence les conséquences de la transition numérique pour les ICC, en faisant des focus sur certains segments de ces industries. Comme le laisse à voir la lecture des différents articles, chaque sous-secteur est touché par les enjeux de globalisation et l'apparition de modèles disruptifs liés au numérique. Le spectacle vivant, par exemple, est particulièrement bousculé par l'enjeu de la captation de valeur et du *livestream*, et il doit notamment faire face à l'émergence de nouveaux formats répondant à l'évolution des modes d'usage. Le secteur du livre est lui aussi en prise directe avec de profondes transformations, avec l'apparition de nouveaux produits – le livre numérique ou encore les livres audio –, mais aussi du fait de bouleversements dans la chaîne de valeur, notamment avec la possibilité désormais pour tout un chacun d'éditer son propre livre *via* l'auto-édition, et bien évidemment la distribution des livres qui fait face à la montée du commerce en ligne. Un autre secteur est particulièrement impacté, celui de l'audiovisuel, avec les enjeux, d'une part, de la délinéarisation des contenus et, d'autre part, de la mondialisation des offres au travers de l'émergence de quelques plateformes globales qui captent le marché de la distribution de ces biens. Le numérique impacte chaque secteur des ICC de manière spécifique, mais si l'on va au fond des problématiques, elles restent assez proches les unes des autres. Il s'agit pour les acteurs évoluant dans ces secteurs, d'une part, d'être à la pointe de la technologie pour pouvoir faire évoluer leurs formats créatifs et ainsi ne pas manquer le coche des évolutions à venir et, d'autre part, d'adapter leur manière de distribuer leurs contenus créatifs et de veiller à un partage équitable de la valeur entre les créateurs et les distributeurs.

La troisième et dernière partie de ce numéro s'appuie, quant à elle, sur des articles visant à identifier quelles sont les perspectives et les opportunités offertes par le numérique aux ICC françaises. Si l'émergence de nouveaux acteurs et la modification des chaînes de valeur induisent certes des risques importants pour les acteurs historiquement en place, qui doivent repenser leurs modèles économiques, l'essor en parallèle des nouvelles technologies sont porteuses d'innovations et ouvrent des perspectives inédites aux créateurs. C'est pour cela que le gouvernement met actuellement en place une politique ambitieuse de soutien aux ICC, en adoptant une approche d'investisseur avisé dans ce secteur et non pas en recourant à la dimension traditionnelle de son intervention sous la forme de la commande publique d'œuvres ou de l'octroi de subventions aux acteurs du secteur considéré. Cette politique industrielle ambitionne de soutenir notre souveraineté culturelle en mobilisant des moyens publics sur les secteurs les plus porteurs et pour lesquels une intervention publique permettra de démultiplier les forces des acteurs en présence. Il s'agira d'investir dans certains secteurs cruciaux pour les ICC dans le futur, que ce soit les infrastructures audiovisuelles ou les nouvelles technologies immersives, ou que ce soit pour répondre aux enjeux de la maîtrise des données et de la distribution des contenus aux utilisateurs. Il s'agira également de continuer à soutenir la dispense d'une formation d'excellence dans les secteurs artistiques et créatifs. Cette politique devrait permettre aux acteurs du secteur culturel de transformer l'essai de la transition numérique, et ce en s'appuyant, par exemple, sur l'exceptionnel savoir-faire français en termes de modélisation lequel nous permet de répliquer des sites patrimoniaux de premier plan, tels que la grotte Chauvet, récemment, ou la grotte Cosquer, demain. Des répliques physiques, mais qui, dans le futur, pourront également être digitales avec le développement des technologies immersives. C'est également grâce au numérique que l'offre muséale et l'accès à des œuvres culturelles peuvent être entièrement repensés et proposés à des publics parfois éloignés des grands centres urbains et des lieux culturels. L'initiative des Micro-Folies va dans ce sens en proposant notamment aux jeunes publics d'accéder à des œuvres *via* le numérique, dans un format novateur et interactif. Enfin, la capacité des acteurs de nos ICC à s'adapter à la transition numérique s'exprimera pleinement grâce à l'excellence de nos filières de formation, qu'il s'agisse des écoles des beaux-arts qui adaptent leurs programmes en vue d'y intégrer des aspects numériques, des écoles de commerce qui s'intéressent de plus en plus aux marchés des ICC, ou encore des écoles techniques et de création, telles que la FEMIS ou l'École des Gobelins.

Ce numéro de *Réalités industrielles* n'a bien entendu pas pour ambition de couvrir l'intégralité des problématiques qui traversent aujourd'hui les ICC, ni d'aborder dans leur exhaustivité et toute leur complexité les différents secteurs composant ces industries. Pour autant, les contributions riches qui jalonnent ce numéro, et dont je remercie l'ensemble des auteurs, permettent d'aborder de nombreux enjeux auxquels les acteurs qui font rayonner la France à l'étranger sont confrontés. J'espère sincèrement que ce numéro permettra à ses lecteurs de mieux appréhender ce secteur protéiforme que sont les ICC et qu'il leur donnera l'envie de s'y intéresser encore plus dans le détail !