



DEUX DÉCENNIES D'ÉTUDES ET DE RECHERCHE SUR LA CULTURE



Catalogue des ouvrages du DEPS 2000-2018



Ministère de la Culture

Département des études, de la prospective et des statistiques

Catalogue des ouvrages publiés par le DEPS 2000-2018

Le Département des études, de la prospective et des statistiques (DEPS) du ministère de la Culture publie deux collections d'ouvrages, diffusées par La Documentation française dans leur support papier, et par la plate-forme Cairn au format numérique. Tous les ouvrages peuvent être commandés auprès de toute bonne librairie. Les titres épuisés peuvent être consultés sur demande auprès du DEPS.

Questions de culture



Cette collection restitue, sous forme d'ouvrage vendu en librairie, les résultats d'études et de recherches conduites ou réalisées par le DEPS. Ouvrages thématiques de référence sur les questions de l'emploi et des professions culturelles, des usages et pratiques, de l'économie et du droit de la culture, les textes publiés dans cette collection rendent compte d'une connaissance des phénomènes contemporains de la culture et fournissent des outils pour penser leur évolution.

Chiffres Clés



Publication à périodicité annuelle, *Chiffres Clés, statistiques de la culture et de la communication* fournit un ensemble de données de cadrage de nature socio-économique qui apportent les repères nécessaires à la compréhension des principales caractéristiques et des grandes tendances du champ et des secteurs culturels. Publication de référence dans le champ de la culture et de la communication, *Chiffres Clés* est réalisé avec l'indispensable collaboration de l'ensemble des directions ministérielles, des établissements publics placés sous sa tutelle, de l'Insee et de nombreux organismes et syndicats professionnels.

Atlas régional de la culture



L'*Atlas régional de la culture* réunit dans un même ouvrage un vaste ensemble de données relatives à la culture disponibles au niveau national et permettant une exploitation territorialisée. Dépenses de l'État et des collectivités territoriales pour la culture, entreprises culturelles, emploi et professions, équipements... les données sont déclinées pour chaque région et apportent des points de repère et de comparaison indispensables à la construction des politiques publiques.

Les collections d'ouvrages sont diffusées en librairie et par Cairn.info dans leur version numérique.

Le DEPS publie également des collections de synthèse disponibles en ligne et librement téléchargeables depuis le site du ministère de la Culture et de la Communication, et les plates-formes de revues de sciences humaines Cairn.info et Books.openedition.org

Culture études

Collection destinée à présenter, sous forme de synthèse, les principaux résultats des études réalisées par le DEPS, certains faisant par ailleurs l'objet d'une publication intégrale dans la collection « Questions de culture ». Succédant au bulletin *Développement culturel*, la collection « Culture études » s'adresse aux agents du ministère de la Culture, aux acteurs culturels, aux professionnels et plus largement à toute personne intéressée par le champ culturel.

Culture chiffres

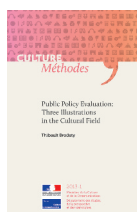
Cette collection présente des repères quantitatifs sur les phénomènes culturels observés dans les champs d'étude et de recherche du DEPS : emploi et professions culturelles, pratiques et usages culturels, enseignement et formation, économie de la culture et des médias, dispositifs publics.

Culture prospective

Consacrée à l'investigation d'hypothèses, à des mises en relation originales et à des travaux de prospective sur des champs connus et sur des terrains plus expérimentaux, cette collection est ouverte à des travaux réalisés par le DEPS mais également à des travaux extérieurs (recherches, thèses, etc.), afin de susciter le débat et les échanges au sein de la communauté scientifique.

Culture méthodes

Cette collection met à la disposition du public des méthodologies d'approche et de mesure des phénomènes économiques et sociologiques de la culture.



LES SITES DÉDIÉS

Consultables à partir de la page d'accueil du DEPS sur le site du ministère de la Culture (<http://www.culture.gouv.fr/Politiques-ministerielles/Etudes-et-statistiques>), ces trois sites rassemblent une documentation importante sur les pratiques culturelles et la prospective (actes de colloque, enquêtes détaillées, documents d'archives, fiches méthodologiques et contextuelles, etc.).

Les pratiques culturelles des Français, 1973 à 2008 :

<http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/index.php>

Culture & médias 2030 : <http://www.culturemedias2030.culture.gouv.fr/>

Enfance et cultures : <http://www.enfanceetcultures.culture.gouv.fr/>



Édition

Ministère de la Culture

Département

des études,

de la prospective

et des statistiques

www.culture.gouv.fr/Etudes-et-statistiques

Diffusion numérique

Cairn

www.cairn.info/editeur.php?ID_EDITEUR=DEPS

Open édition

www.books.openedition.org/deps/

Chiffres clés 2018

statistiques de la culture et de la communication 2018



Mai 2018
288 p.
ISBN 978-2-72-462255-3
12 €

Plus de 16 000 lieux de lecture publique et plus de 500 librairies labellisées, plus de 2 000 cinémas et 5 800 écrans, 440 lieux de spectacle labellisés par le ministère de la Culture, 1 200 musées de France et une quarantaine de musées nationaux, 51 centres d'art et 23 fonds régionaux d'art contemporain, plus de 400 jardins remarquables, près de 200 villes et pays d'art et d'histoire et 535 000 entités archéologiques... les lieux de création, de conservation et de diffusion de l'art, du patrimoine et de la culture sont multiples en France et l'offre diverse.

Les Français s'en emparent : ils sont 42 millions à être allés au cinéma en 2016, les cinq théâtres nationaux enregistrent près de 764 000 entrées pour la saison 2015-2016, les 70 scènes nationales plus de 2,4 millions d'entrées, 16 % de la population française est inscrite dans une bibliothèque. Parmi les 88 % d'internautes que compte aujourd'hui la population française, huit sur dix ont consommé des biens culturels sur internet au cours des douze derniers mois.

Facteur d'attractivité et facteur de richesse, la culture attire les touristes français et étrangers et contribue pour 2,2 % au produit intérieur brut.

Pour mieux connaître le champ culturel, cette édition 2018 des *Chiffres clés de la culture et de la communication* offre, à travers 35 fiches synthétiques structurées en six grands chapitres, une représentation chiffrée indispensable à l'approche des enjeux du secteur.

Cet ouvrage est co-édité par le Ministère de la Culture-Département des études, de la prospective et des statistiques, et les Presses de Sciences Po

Financement participatif : une voie d'avenir pour la culture ?

Sous la direction de François MOREAU et Yann NICOLAS



Novembre 2018
228 p.
ISBN 978-2-72462325-3
18 €

Si le financement participatif n'est pas nouveau puisque la légende veut que Mozart y eut recours au XVIII^e siècle pour financer un concert, son principe a été largement amplifié par la révolution numérique qui facilite la mise en relation de projets avec une communauté d'internautes. Depuis un peu plus d'une décennie, de nombreux projets artistiques et culturels ont ainsi bénéficié d'un financement de multiples contributeurs et les fonds collectés par ce mode participatif représentent 45 millions d'euros pour la culture fin 2017. Dans le champ culturel, le financement participatif est, de plus, lié aux pratiques d'autoproduction qui ont considérablement progressé en dix ans.

À partir de données collectées auprès des sites Ulule, KissKissBankBank et Touscoprod, les auteurs interrogent les modalités et les effets de ce modèle de financement pour des projets culturels. Ils analysent le profil des contributeurs, pointant le rôle des multi-contributeurs et celui des proches et révèlent la corrélation, a priori contre-intuitive à l'ère numérique,

entre proximité géographique et contribution. Ils questionnent, enfin, l'impact de cette forme de financement sur la diversité de l'offre culturelle : se trouve-t-elle augmentée ou modifiée par l'autoproduction, notamment dans le domaine musical et cinématographique ? La foule des anonymes soutient-elle les mêmes projets que les producteurs et diffuseurs professionnels ou le financement participatif contribue-t-il à apporter une plus grande diversité de projets artistiques ?

Cet ouvrage est issu d'un appel à propositions de recherche sur le financement participatif dans les arts, la culture et les médias lancé par le ministère de la Culture (département des études, de la prospective et des statistiques) et le laboratoire d'excellence Industries culturelles et création artistique (LabEx ICCA).

Camille **ALLOING**, Paul **BELLEFAMME**, Anna **BERNARD**, Christophe **CARIOU**, Sylvain **DEJEAN**, Marco **GAZEL**, Thomas **LAMBERT**, Mariannig **LE BÉCHEC**, Marianne **LUMEAU**, Frédéric **MAHÉ**, Jérôme **MÉRIC**, François **MOREAU**, Yann **NICOLAS**, Aurélien **PETIT**, Fabrice **ROCHELANDET**, Armin **SCHWIENBACHER** et Jordana **VOTTO DA CRUZ** ont contribué à cet ouvrage.

Normes de genre dans les institutions culturelles

Sous la direction de Sylvie OCTOBRE et Frédérique PATUREAU



Novembre 2018

168 p.

ISBN 978-2-72462330-7

14 €

Quels sont les mécanismes qui produisent et reproduisent des situations d'inégalité ou de discrimination en matière de genre dans le champ culturel, où les corps sont souvent placés au premier plan, que ce soit dans les domaines de la création, de l'interprétation ou de la médiation ?

Les articles qui composent cet ouvrage révèlent et questionnent les différenciations genrées, ainsi que les processus, sociaux ou propres aux différents mondes de l'art, qui les sous-tendent. Ils couvrent aussi bien les secteurs qui appartiennent au cœur le plus historiquement et légitimement constitué des politiques culturelles publiques, que d'autres, plus récemment intégrés à ce champ, dans des domaines au sein desquels les femmes occupent une place très variable et où les normes et stéréotypes de genre peuvent jouer de manière contrastée.

L'ouvrage propose de penser, sur la base d'enquêtes de terrain, les spécificités de différents secteurs en matière de représentation et de répartition genrées : la danse classique, les arts visuels et, plus précisément, l'art contemporain, la musique classique, le théâtre, le jeu vidéo et la culture scientifique.

Cet ouvrage est co-édité par le Ministère de la Culture-Département des études, de la prospective et des statistiques, et les Presses de Sciences Po

Laura **CAPPELLE**, Samuel **CHAGNARD**, Marion **COVILLE**, Christine **DÉTREZ**, Zoé **HALLER**, Clémence **PERRONNET**, Serge **PROUST**, Mathilde **PROVANSAL** et Corinne **VÉDRINE** ont contribué à cet ouvrage dirigé par Sylvie **OCTOBRE** et Frédérique **PATUREAU**.

Atlas régional de la culture 2018

Sous la direction de François MOREAU et Yann NICOLAS



Décembre 2018

250 p.

ISBN 978-2-11-139954-9

Deuxième édition de cette jeune collection cartographique, l'*Atlas régional de la culture 2018* réaffirme son ambition initiale de fournir des indicateurs territoriaux fiables, comparables d'une région à l'autre, et récurrents pour nourrir une vision de long terme. Il présente cette année de nouvelles cartes afin de mieux intégrer encore la dimension spatiale.

Un premier chapitre introductif présente l'ensemble des indicateurs à l'échelle nationale : données économiques et sociales de cadrage, dépenses culturelles de l'État et des collectivités territoriales pour la culture, équipements culturels et maillage territorial de l'offre culturelle, professions et entreprises culturelles. L'ensemble de ces données nationales sont ensuite déclinées dans les chapitres suivants pour chacune des treize régions françaises ainsi que pour les départements et régions d'outre-mer.

Elles sont parfois couplées, pour l'illustration cartographique, à des indicateurs administratifs ou territoriaux : les communes ou les départements bien sûr,

mais aussi les territoires de vie qui décrivent la qualité de vie des habitants, les bassins de vie ou encore les zones d'emploi, qui diffèrent du découpage administratif car ils intègrent des critères géographiques, économiques et sociaux à la dimension spatiale.

Appréhendable au premier coup d'œil, la carte apporte une représentation appréciée de tous les acteurs. Le jeu de cartes présentées dans cet atlas contribue ainsi à donner des points de repère et de comparaison indispensables à la construction de politiques publiques pour la culture.

La culture architecturale des Français

Sous la direction de **Guy TAPIE**



Mars 2018
248 p.
ISBN 978-2-72-462185-3
22 €

Qui aujourd'hui n'a pas entendu parler de Jean Nouvel, Le Corbusier ou Antoni Gaudí, du Centre Pompidou dont l'architecture industrielle en plein centre de Paris créa la polémique au début des années 1970, ou encore du musée Guggenheim à Bilbao ? Si quelques architectes stars et certains bâtiments ont acquis une notoriété médiatique mondiale, l'architecture reste pourtant une discipline peu connue des Français.

Considérée d'abord comme un domaine savant d'expression artistique, l'architecture est aussi victime de cette image réductrice, formée pour l'essentiel par les rares références patrimoniales dispensées à l'école. Pourtant, la singularité de l'architecture est de s'éprouver partout, tout le temps, dans un cadre de vie. La consultation, chaque jour plus fréquente, des habitants sur des projets d'urbanisme, la sensibilité croissante aux économies d'énergie, et l'action des médiateurs de l'architecture changent aujourd'hui peu à peu la relation des Français à l'architecture, sinon aux architectes.

Dans la tradition de la sociologie des représentations, l'ouvrage restitue les résultats d'une vaste enquête interrogeant différents publics (candidats au concours d'entrée des écoles nationales supérieures d'architecture et étudiants diplômés, architectes en activité, grand public et médiateurs) sur leur connaissance d'une discipline et d'une profession qui engage le rapport du citoyen à l'espace bâti dans lequel il vit.

Sous la direction de **GUY TAPIE**, professeur à l'École nationale supérieure d'architecture et de paysage de Bordeaux, chercheur au laboratoire de recherche « Profession, architecture, ville, environnement » et au centre Émile-Durkheim (CNRS), en collaboration avec **PATRICE GODIER**, sociologue, et **CAROLINE MAZEL**, architecte, enseignants à l'École nationale supérieure d'architecture et de paysage de Bordeaux. **FANNY GERBEAUD** et **ROBERTA GHELLI**, architectes, et **ANTOINE VERETOUT**, statisticien, ont contribué à cet ouvrage.

Jeux vidéo : l'industrie culturelle du XXI^e siècle ?

Pierre-Jean BENGHOZI et Philippe CHANTEPIE



Octobre 2017
272 p.
ISBN 978-2-11-151519-2
18 €

Le jeu vidéo s'est imposé, au tournant du siècle, comme un secteur majeur aux côtés des industries culturelles traditionnelles que sont l'édition de livres, la musique enregistrée, le cinéma ou encore la télévision. S'appuyant sur un ressort anthropologique et portée par une vague d'innovations technologiques, la pratique ludique s'est renouvelée en quelques décennies pour s'adapter à de nouveaux terminaux de lecture, de la console de salon au téléphone mobile. Le jeu vidéo est désormais devenu omniprésent.

L'économie de cette industrie reste pourtant mal connue, encore peu explorée. C'est donc une vision d'ensemble de la filière que propose cet ouvrage. Il permet de comprendre comment et par quels acteurs se conçoivent, se produisent et se diffusent les jeux vidéo, quels sont les enjeux propres à ce secteur mondialisé (effets de réseaux, Internet, importance des coûts fixes, renouvellement rapide des terminaux, poids des communautés, mondialisation, etc.) et de quelle manière ils se déploient sur les différents continents.

En réinventant tous les chaînons des industries culturelles – les processus de création, de production, de distribution et de monétisation –, en se développant d'emblée à l'échelle mondiale, l'industrie des jeux vidéo est ainsi le reflet des transformations techniques, industrielles, économiques portées par la révolution numérique tout autant qu'elle devient un possible horizon des industries culturelles.

Par leur dimension mondiale, globale et omniprésente, les jeux vidéo pourraient-ils s'imposer comme l'industrie culturelle du XXI^e siècle ?

PIERRE-JEAN BENGHOZI est professeur à l'École polytechnique et membre du Collège de l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (Arcep).

PHILIPPE CHANTEPIE est inspecteur général des affaires culturelles au ministère de la Culture. Il est chercheur associé à la chaire « Innovation et régulation des services numériques » de l'École polytechnique/Telecom Paris-Tech/Orange.

Temporalités du travail artistique : le cas des musicien.ne.s et des plasticien.ne.s

Sabrina SINIGAGLIA-AMADIO et Jérémy SINIGAGLIA



Août 2017
224 p.
ISBN 978-2-11-151516-1
12 €

De l'idéal romantique de la vie de bohème à la réalité, comment la vie d'un artiste s'organise-t-elle ? Les artistes ne sont-ils soumis à nulle autre contrainte que celle qu'ils s'imposent ? Les professions artistiques ont la réputation d'être des lieux d'épanouissement personnel et professionnel, des métiers dans lesquels il est possible de « prendre le temps », de se consacrer à ses activités propres de travail. Pour autant, la plupart des artistes s'imposent un rythme de travail, des horaires réguliers de jour ou de nuit, un ensemble de routines qui structurent leurs journées.

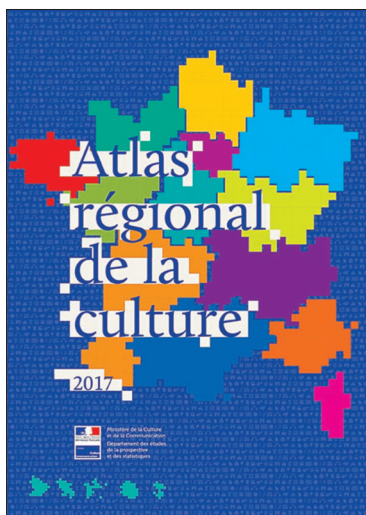
Comment s'organisent le temps de création, celui de l'administration de l'activité artistique, le temps consacré à des activités secondaires alimentaires et les temps sociaux des artistes ? Ces différentes temporalités sont-elles propres à une profession ? Pour le savoir, l'ouvrage étudie la population des musicien.ne.s, majoritairement intermittent.e.s du spectacle, et celle des plasticien.ne.s, pour l'essentiel indépendant.e.s et s'efforce d'identifier ce qui les rapproche et ce qui les distingue dans les configurations temporelles.

Cet ouvrage, né d'un travail de recherche de deux sociologues, apporte des éléments inédits sur deux populations artistiques et permet de mieux comprendre les enjeux qui leur sont propres, dans un contexte d'accentuation de la flexibilité et de la précarité des artistes.

SABRINA SINIGAGLIA-AMADIO est maîtresse de conférences en sociologie à l'université de Lorraine (Laboratoire lorrain de sciences sociales – LLSS) et spécialiste des études de genre.

JÉRÉMY SINIGAGLIA est maître de conférences en science politique à l'université de Strasbourg (Sociétés, acteurs et gouvernements en Europe – Sage) et spécialiste du travail et des professions artistiques.

Atlas régional de la culture 2017



Juin 2017
240 p.
ISBN 978-2-11-139936-5

L'*Atlas régional de la culture* a pour objectif de réunir dans un même ouvrage un vaste ensemble de données relatives à la culture disponibles au niveau national et permettant une exploitation territorialisée. Les données réunies, qui croisent de nombreuses sources statistiques, sont illustrées sous forme de cartes et graphiques.

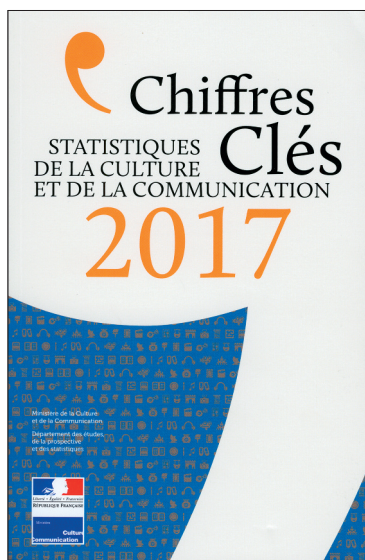
À la suite de la réforme territoriale mise en œuvre au 1^{er} janvier 2016, la question de l'équilibre entre les régions est plus que jamais présente et il était important de se doter des moyens de les comparer. Cet atlas y contribue.

Le chapitre inaugural présente les données nationales et met en lumière les points communs et les différences régionales. Les chapitres suivants sont consacrés aux treize nouvelles régions et aux départements d'outre-mer.

Dépenses de l'État et des collectivités territoriales pour la culture, entreprises culturelles, emploi et professions, équipements... les données sont déclinées pour chaque région et apportent des points de repère et de comparaison indispensables à la construction de politiques publiques.

Chiffres Clés

statistiques de la culture et de la communication 2017



Avril 2017
272 p.
ISBN 978-2-11-1151518-5
12 €

Combien d'équipements culturels en France ? Combien d'emplois culturels ? Quel est le poids économique de la culture ? Qui finance l'effort culturel et dans quelle mesure ? Quelles sont les pratiques cinématographiques des Français ? Qui visite les musées et les monuments et comment évolue leur fréquentation ? Dans quelle mesure Internet modifie-t-il les activités culturelles des Français ? Autant de questions auxquelles vous trouverez réponse dans cet ouvrage.

Les Chiffres clés de la culture et de la communication présentent une analyse complète et transversale du champ de la culture en s'appuyant sur de nombreuses données et répondent ainsi au besoin d'information chiffrée des professionnels et des acteurs de la culture.

Structuré en six grands chapitres, l'ouvrage présente la morphologie de la culture (poids économique, entreprises et associations, emploi culturel, etc.) et son financement, fournit des informations sur les représentations et les pratiques culturelles des Français, et décrit les trois grandes

branches de la culture : patrimoines d'abord, création et diffusion ensuite, médias et industries culturelles enfin.

Fort de 35 fiches synthétiques, cet annuaire statistique présente, pour chaque domaine, un ensemble de données de cadrage assorties d'une synthèse qui rappelle les repères, souligne les évolutions et pointe les enjeux.

L'édition 2017 de *Chiffres clés de la culture et de la communication* : un préalable indispensable à la connaissance du champ culturel.

L'amateur cosmopolite

Vincenzo CICHELLI et Sylvie OCTOBRE



Janvier 2017

424 p.

ISBN 978-2-11-151515-4

12 €

Les œuvres et contenus culturels circulent de manière croissante dans le monde et contribuent à façonner des répertoires et des goûts juvéniles désormais internationalisés. Ainsi la série *Game of Thrones*, qui a battu tous les records d'audience, *Waka waqqa*, l'hymne de la Coupe du monde de football en Afrique du Sud en 2010 interprété par Shakira, chanteuse colombienne qui fait carrière aux États-Unis ou encore Naruto, personnage de manga japonais, sont-ils devenus des références partagées par les jeunes Français aujourd'hui, aux côtés d'icônes nationales comme Astérix ou David Guetta.

Mangas, comics, films asiatiques, blockbusters hollywoodiens, cinéma Bollywoodien, séries sud-coréennes ou scandinaves et musiques de tous les continents fonctionnent comme autant de fenêtres sur le monde et contribuent à rendre l'étranger familier.

Que ce soit dans le domaine de la pop musique, des jeux vidéo, des séries télévisées, de la littérature ou du cinéma, la globalisation des industries culturelles et la

circulation croissante des œuvres et des contenus, facilitée par la technologie numérique, sont ainsi des facteurs majeurs de l'internationalisation des répertoires de consommations et des imaginaires culturels des jeunes.

Le cosmopolitisme esthétique-culturel désigne, dans cet ouvrage, la façon dont les jeunes construisent leur rapport au monde par l'intermédiaire de biens culturels globalisés. Les auteurs s'attachent à en définir les contours et les configurations. L'enjeu est de nature éducative : il faut déterminer ce qui, dans ces cultures médiatiques transnationales qui ont investi l'univers culturel des jeunes, peut libérer les individus de leurs particularismes et les faire advenir citoyens, ce qui permet à chacun d'éduquer son discours, d'affiner son jugement et de gouverner ses émotions, afin de trouver sa place dans un monde commun.

VINCENZO CICHELLI est maître de conférences à l'université Paris-Descartes et chercheur au Gemass. **SYLVIE OCTOBRE** est chargée d'études au Département des études et de la prospective du ministère de la Culture et de la Communication.

Évaluer les politiques publiques de la culture

Yann NICOLAS et Olivier GERGAUD



Novembre 2016

240 p.

ISBN 978-2-11-128-159-2

12 €

En matière de culture, les pouvoirs publics interviennent dans les activités économiques des filières artistiques, culturelles et médiatiques, sous la forme de dépenses (subventions attribuées à de nombreux équipements, événements et acteurs du domaine), de mesures fiscales (crédits d'impôt et taux réduits de TVA), ou encore de dispositifs réglementaires. Ils interviennent également pour encadrer certaines professions culturelles et protéger les professionnels soumis à un régime d'emploi particulier, ou encore en soutenant les échanges internationaux de biens et services culturels.

Dans un contexte de contrainte budgétaire pour les collectivités publiques, les acteurs publics sont incités à évaluer les politiques mises en œuvre pour en mesurer l'efficacité. Comment et selon quels critères évaluer les politiques publiques relatives aux arts, à la culture et aux médias ?

La septième édition des journées d'économie de la culture et de la communication a été l'occasion, pour des chercheurs et des acteurs de la culture, de présenter et de

discuter de nouveaux résultats d'évaluation sur l'impact de l'annulation de festivals subventionnés, de la loi Internet et Création, de politiques éducatives ou encore de la politique fiscale sur la diffusion des œuvres. Leurs contributions sont réunies dans cet ouvrage collectif sous la forme d'une dizaine d'articles synthétiques.

Avec les contributions de : **MAYA BACACHE-BEAUVALLET, CHRISTOPHE BELLÉGO, JEAN BERBINAU, KAROL J. BOROWIECKI, THIBAUT BRODATY, CATHERINE COLOMBANI, ÉRIC DARMON, SYLVAIN DEJEAN, LUCIE DUGGAN, OLIVIER GERGAUD, VICTOR GINSBURGH, CÉCILE MARTIN, TRILCE NAVARRETE, YANN NICOLAS, ROMAIN DE NIJS, THIERRY PÉNARD, JEAN-PIERRE SAEZ, KATHLEEN THOMAS, CATHERINE VEYRAT-DUREBEX, PATRICK WAELEBROECK, EMMANUEL WALLON.**

Collectionneurs d'art contemporain

Des acteurs méconnus de la vie artistique

**Nathalie MOUREAU, Dominique SAGOT-DUVAUROUX
et Marion VIDAL**



Août 2016
208 p.
ISBN 978-2-11-128-160-8
12 €

Aux côtés de la figure du conservateur et de celle du marchand d'art, celle du collectionneur, réputée secrète, influe sur le marché de l'art. Au-delà de quelques grands collectionneurs mécènes médiatisés, la population des collectionneurs d'art contemporain semble insaisissable. Très diverse dans ses pratiques, elle joue pourtant un rôle dans la définition de la valeur économique et artistique des œuvres et des artistes, en soutenant l'art en train de se faire.

Les interventions des collectionneurs dans l'écosystème de l'art sont multiples. La fréquentation des galeries et des foires d'art contemporain, le soutien aux artistes par l'acquisition d'œuvres et parfois par une aide financière directe, la participation à des instances institutionnelles (conseil d'administration de musée, par exemple) font du collectionneur un acteur majeur de l'art actuel. Essentielle à la diversité de la scène artistique contemporaine, l'existence d'un tissu dense de collectionneurs, dont les choix engagés ajoutent de la diversité ou confortent les propositions des collections institutionnelles, constitue un élément important de la vitalité du secteur.

En explorant la diversité de cette population relativement méconnue, ses pratiques et les motivations qui les guident, ainsi que les collaborations variées que les collectionneurs nouent avec les acteurs marchands et institutionnels, l'ouvrage offre un éclairage inédit sur les collectionneurs d'art contemporain en établissant des profils types qui, tous, partagent une même passion pour l'art.

NATHALIE MOUREAU est professeur à l'université Paul-Valéry de Montpellier et membre du laboratoire ART-Dev (UMR 5281).

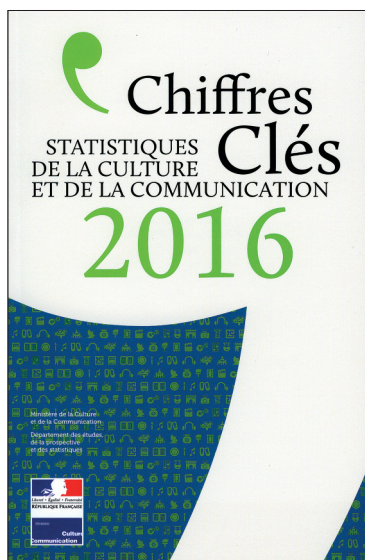
DOMINIQUE SAGOT-DUVAUROUX est professeur à l'université d'Angers et membre du Granem (UMR 49).

MARION VIDAL est maître de conférences à l'université de Reims Champagne-Ardenne et membre du laboratoire REGARDS (EA 6292).

Chiffres Clés

statistiques de la culture

et de la communication 2016



Avril 2016
256 p.
ISBN 978-2-11-128158-5
12 €

Cartes et graphiques accompagnent une fiche d'analyse pour chacun des secteurs de la culture : archives, architecture, musées, spectacles musicaux, théâtre et spectacles, radio, télévision, Internet, livre, presse, etc. L'ensemble apporte des repères objectifs pour la connaissance du champ culturel.

Combien de musées, de festivals de musique, de bibliothèques ou de librairies en France ?

Combien de visiteurs des monuments historiques, combien de spectateurs au théâtre et au cinéma et combien de grands lecteurs parmi les Français ? Combien d'auditeurs de radio, d'internautes et de joueurs de jeux vidéo ?

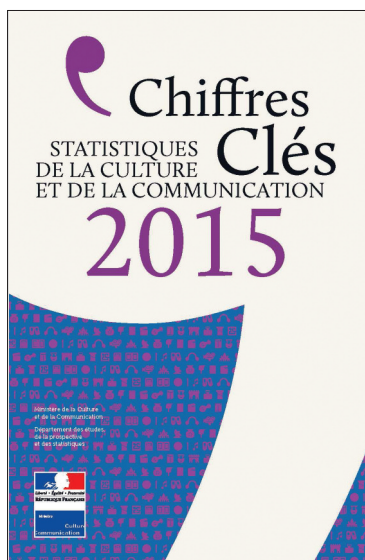
Avec plus de 344 000 entreprises, 265 000 associations culturelles et 645 000 emplois, la culture a aussi une dimension économique : elle pèse 2,3 % du PIB de la France. Attractive, elle est un motif de séjour touristique pour 42 millions d'étrangers.

Si le financement de la culture par l'État et les collectivités territoriales est important, les ménages et les entreprises contribuent aussi, par leurs dépenses et le mécénat, à soutenir une offre de qualité.

Pour tout savoir de l'offre culturelle extrêmement riche et variée de l'Hexagone, connaître la fréquentation des sites et la participation culturelle des Français, l'annuaire statistique de la culture et de la communication fournit des données de cadrages et des éléments précis.

Chiffres Clés

statistiques de la culture et de la communication 2015



Février 2015
232 p.
ISBN 978-2-11-128154-7
12 €

Décliner la culture en chiffres permet de prendre la mesure de la richesse de l'offre artistique et culturelle en France, du tissu économique et associatif et de la diversité des pratiques culturelles des Français. L'édition 2015 de *Chiffres Clés, statistiques de la culture et de la communication* en donne une photographie précise et documentée.

2 025 cinémas dont près de la moitié labellisés d'art et d'essai, 208 millions d'entrées au cinéma en 2014 et une sortie culturelle qui attire 64 % des Français âgés de 6 ans. 1 200 musées de France, une centaine de monuments nationaux, plus de 43 000 monuments classés ou inscrits et 3 400 parcs et jardins bénéficiant de mesures de protection et de valorisation qui reçoivent chaque année plusieurs millions de visiteurs.

23 millions d'entrées pour les spectacles de variétés et musiques actuelles dont près de 5 millions dans les différents festivals qui se déroulent partout en France. 2,3 millions de spectateurs pour les opéras, ballets et concerts des théâtres lyriques. Plus de 1 000 théâtres, dont 5 théâtres nationaux, plus de 70 lieux labellisés scènes nationales, 115 scènes conventionnées, près de 40 centres dramatiques, des théâtres de ville, des théâtres privés.

460 conservatoires de musique, danse et art dramatique qui contribuent à l'éducation artistique des jeunes mais aussi des adultes. 16 300 bibliothèques et lieux de lecture publique qui permettent à plus de 80 % des Français un accès au livre dans leur commune.

Une culture de sortie et des pratiques artistiques en amateur qui continuent de progresser, notamment chez les jeunes, à la faveur de la diffusion des technologies numériques qui ont vu naître de nouvelles formes d'expression artistique.

Territoire culturel, territoire attractif, la France abrite plus de 265 000 associations et 160 000 entreprises culturelles, elle compte près de 600 000 emplois culturels et attire plusieurs millions de touristes venus faire une visite culturelle ou assister à un festival.

Patrimoines, création, médias et industries culturelles, structure et économie du champ culturel, financement de la culture et participation culturelle... *Chiffres Clés* apporte des repères objectifs pour connaître l'activité culturelle et éclairer les enjeux de politique culturelle.

Questions de genre, questions de culture

Sous la direction de Sylvie OCTOBRE



Octobre 2014
152 p.
ISBN 978-2-11-128156-1
12 €

Regarder des séries télévisées, jouer aux jeux vidéo ou lire des livres, fréquenter la Cité des sciences ou s'adonner à une pratique artistique en amateur sont autant d'activités où la différence des profils sexués des publics ne cesse de s'affirmer. Pourtant, supposés librement choisis, les loisirs culturels peuvent passer pour l'expression des intérêts, des goûts, des passions des individus, voire de leur personnalité.

C'est que l'écheveau subtil des incitations et des interdictions de l'entourage – de l'enfance à l'âge adulte –, des stéréotypes de sexe, qui attribuent de manière exclusive certaines qualités aux femmes et d'autres aux hommes, et des stéréotypes concernant les pratiques culturelles, dont certaines sont considérées comme féminines et d'autres comme masculines, réduit la liberté de choix en dessinant des voies balisées et en suggérant des hiérarchies entre les itinéraires.

Comment les loisirs culturels contribuent-ils à la construction identitaire des filles et femmes, ainsi que des garçons et hommes ? Comment les usages, pratiques et consommations culturelles et les représentations qui en découlent participent-ils à façonner le genre ? Les différenciations de genre présentes dans le champ des loisirs culturels sont-elles le terreau

d'inégalités, d'autant plus cachées qu'elles sont renvoyées au goût, naturel et électif ?

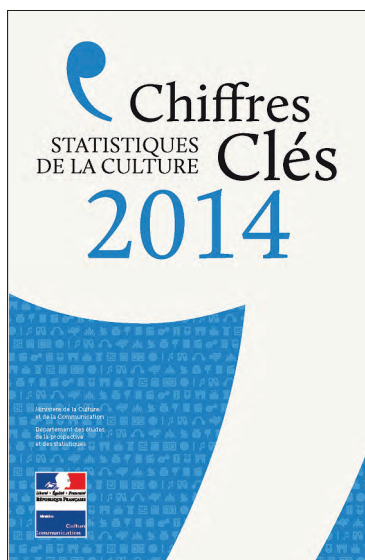
Telles sont les questions que soulève le présent ouvrage, à travers différentes perspectives, selon l'âge des individus, les goûts et pratiques (pratiques musicales en amateur, consommations médiatiques, culture scientifique et technique). Les cinq contributions réunies ici détiennent l'écheveau du genre et interrogent sa construction sociale, étroitement imbriquée à celle de l'âge, de la position sociale et de la couleur de peau. Ce faisant, elles démontrent, s'il en était besoin, que les loisirs culturels sont aussi une affaire de genre.

Sylvie Octobre est chargée d'études au Département des études et de la prospective du ministère de la Culture et de la Communication.

Viviane Albenga, Nathalie Almar, Marie Buscatto, Roger Cantacuzène, Christine Detrez, Régine Hatzipetrou-Andronikou, Nadine Lefaucœur, Éric Macé, Catherine Marry, Claire Piluso, Lonela Roharik et Sandrine Rui ont contribué à cet ouvrage.

Chiffres Clés

statistiques de la culture 2014



Février 2014
144 p.
ISBN 978-2-11-28157-8
12 €

Décliner la culture en chiffres permet de prendre la mesure de la richesse foisonnante de la création, de l'offre artistique et de la diversité des pratiques artistiques et culturelles en France.

62 millions de visiteurs dans les 1 200 musées de France, 2,8 millions de visiteurs dans les 23 fonds régionaux d'art contemporain et les 49 centres d'art contemporain. 14 000 monuments classés au titre des monuments historiques, un millier de chantiers de fouilles archéologiques en 2012, ou encore plus de 2 millions de documents communiqués dans les services d'archives communaux, départementaux, régionaux et nationaux.

Plus de 1 000 représentations lyriques qui attirent plus d'1,4 million de spectateurs par saison. Cinq théâtres nationaux, 70 scènes nationales, 17 zéniths, 39 centres dramatiques nationaux, plus d'une centaine de scènes conventionnées et plusieurs centaines de scènes et lieux de diffusion du spectacle privés... et des milliers de festivals chaque année en France.

Plus de 2 000 cinémas, près de 16 000 lieux de lecture publique et 500 conservatoires de musique et de danse où enfants et adultes peuvent se former à la musique, à la danse et au théâtre.

La France est riche d'une offre culturelle multiple et variée. *Chiffres Clés 2014* en propose une approche objective et constitue ainsi un outil essentiel à la connaissance du champ culturel.

L'édition 2014 de *Chiffres Clés, statistiques de la culture* fournit un ensemble de données de cadrage de nature socio-économique qui apportent les repères nécessaires à la compréhension des principales caractéristiques et des grandes tendances du champ et des secteurs culturels.

Il est conçu en complémentarité avec le site ministériel www.culture.gouv.fr où sont disponibles et régulièrement mises à jour des séries statistiques de longue durée propres à chaque secteur. L'ensemble fournit un outil essentiel à la connaissance des activités culturelles.

Deux pouces et des neurones

Les cultures juvéniles de l'ère médiatique à l'ère numérique

Sylvie OCTOBRE



Juillet 2014
288 p.
ISBN 978-2-11-128155-4
12 €

De la fin des années 1980 à la fin des années 2000, qu'est-ce qui a changé dans les univers culturels juvéniles ?

Si certaines caractéristiques de la jeunesse perdurent d'une génération à l'autre – plus technophiles, amateurs de pratiques artistiques, en recherche d'expression et d'expérimentation, plus engagés que leurs aînés dans la culture –, les jeunes de la fin des années 2000 n'ont pas grandi dans le même contexte économique, social et culturel que ceux des années 1980. En vingt ans, bien des choses ont changé.

À la massification scolaire des années 1970 et 1980 a succédé, dans les décennies 1990 et 2000 une massification culturelle adossée aux industries culturelles, qui a contribué à diffuser très largement une culture populaire et mondialisée. La révolution numérique a modifié les modes de création, de diffusion mais aussi d'appropriation des contenus culturels et a fait émerger une jeunesse plus connectée, communicante et créative, plus cosmopolite mais aussi plus fragmentée.

Le champ culturel n'est plus seulement le lieu de la détente et de l'absence de contraintes par rapport à l'école ou au travail, mais aussi, grâce aux technologies numériques qui permettent et favorisent l'expressivité, un lieu d'expérimentation

de l'autonomie qui contribue à la construction identitaire des individus. Les liens entre culture, savoir et information méritent alors d'être relus à l'aune de cette mutation qui interroge les modalités de la transmission culturelle, souvent considérée comme en crise.

L'exploitation secondaire, pour les 15-29 ans, des résultats des trois dernières éditions de l'enquête Pratiques culturelles des Français (1988, 1998 et 2008), dresse un portrait inédit de la génération des natifs du numérique dans leurs rapports à la culture, mis en regard avec la génération de leurs parents au même âge.

Jeunesse problème, jeunesse ressource... la lecture de cet ouvrage permet de penser les mutations de la jeunesse de l'ère médiatique à l'ère numérique.

SYLVIE OCTOBRE est chargée d'études au Département des études et de la prospective du ministère de la Culture et de la Communication.

L'enfant et ses cultures

Approches internationales

Sous la direction de Sylvie OCTOBRE et Régine SIROTA



Avril 2013
216 p.
ISBN 978-2-11-128153-0
12 €

Comment les enfants reçoivent-ils, consomment-ils ou fabriquent-ils de la culture ? Est-il aussi sérieux de se pencher sur les poupées, les jeux vidéo ou les écrans numériques que sur la littérature enfantine ? Peut-on envisager les pratiques culturelles en ignorant l'enfance en tant que cible publicitaire ?

Des spécialistes de renommée internationale, issus de la sociologie et de l'anthropologie, du marketing, des sciences de l'éducation, de la psychologie, des gender studies... débattent de l'articulation entre enfance et cultures. Que fait l'enfance à la culture et inversement que fait la culture à l'enfance ?

Les pistes ouvertes par Alan Prout (Royaume-Uni), David Buckingham (Royaume-Uni), Daniel Thomas Cook, Kaveri Subrahmanyam et Patricia Greenfield (États-Unis), Néstor García Canclini (Mexique) et Jacqueline Reid-Walsh (États-Unis) sont autant d'éclairages sur l'évolution des pratiques et les mutations rapides qui affectent les conceptions de l'enfance face aux industries culturelles. Sylvie Octobre et Régine Sirota en proposent une mise en perspective intellectuelle.

Effets d'âges et de générations, différences de genre, inégalités sociales, transmission et socialisation à la culture, consommation et production culturelle... ces thématiques trans-

versales se croisent et se répondent. Elles ouvrent des pistes en faveur d'une nécessaire inventivité théorique et méthodologique et fournissent des outils de compréhension et d'action sur les mondes des enfants d'aujourd'hui et de demain.

L'ouvrage clôt un programme décennal de recherche consacré au thème de l'enfance et de la culture en apportant un éclairage international et transdisciplinaire à ces questions.

SYLVIE OCTOBRE est chargée d'études au Département des études et de la prospective du ministère de la Culture et de la Communication.

RÉGINE SIROTA est sociologue, professeur de sciences de l'éducation à l'université Paris-Descartes et membre du Centre de recherche sur les liens sociaux CNRS (Cerlis), directrice du département de sciences de l'éducation de la faculté de sciences sociales Sorbonne Nouvelle, responsable du comité de recherche Sociologie de l'enfance de l'Association internationale des sociologues de langue française (AISLF), membre du bureau du comité Sociology of Childhood de l'International Sociological Association (ISA) et membre du comité de la revue *Childhood*.

Musiques actuelles : ça part en *live*

Mutations économiques d'une filière culturelle

Gérôme GUIBERT et Dominique SAGOT-DUVAUROUX

[hors collection ; coédition Irma, collection @évolutic]



Février 2013

144 p.

ISBN 978-2-916668-95-6

12 €

Hors collection, publié en coédition avec l'Irma,
coll. Révolutic, DEPS/Irma, 2013

Dans un contexte de crise qui déstabilise toute la filière musicale, cet ouvrage propose une analyse précise de l'économie des concerts de musiques actuelles. Du producteur à la salle de spectacles ou au festival, il décrit l'organisation de la chaîne d'acteurs qui contribuent à la réalisation d'un spectacle et les relations contractuelles qui les lient, variables selon le degré de notoriété des artistes. De tailles et de statuts très divers, les structures de spectacle vivant investies dans les musiques actuelles forment un ensemble hétérogène et fragile dont l'organisation diffère sensiblement de celle des pays anglo-saxons. La France se singularise ainsi par le rôle du producteur « employeur du plateau artistique » et par l'indépendance, le nombre et la diversité des entreprises, petites et moyennes, qui produisent des concerts pour des artistes confirmés ou en développement. Les auteurs soulignent les interdépendances croissantes entre les acteurs de l'industrie phonographique et de l'organisation de concerts, qui se traduisent par d'importants mouvements de concentration. De nouveaux acteurs – majors du disque, multinationales de l'*entertainment* ou de la

communication – occupent désormais des positions stratégiques. L'ouvrage met également en avant les complémentarités entre circuits commerciaux, associatifs et publics, qui contribuent, chacun à des stades différents de la carrière des artistes, à la valorisation de la musique.

GÉRÔME GUIBERT, docteur en sociologie, est maître de conférences à la Sorbonne-Nouvelle (université Paris III) et chercheur au laboratoire CIM-MCPN (EA n° 1484). Il a notamment publié : *la Production de la culture. Le cas des musiques amplifiées en France* (Seteun/Irma, 2006).

DOMINIQUE SAGOT-DUVAUROUX, docteur en économie, est professeur à l'université d'Angers et chercheur au Granem (UMR-MA n° 42). Spécialiste de l'économie culturelle, il a récemment publié : *le Marché de l'art contemporain* (La Découverte, 2010, en collaboration avec **NATHALIE MOUREAU**).

Entreprises culturelles et internet

Sous la direction de Pierre-Jean BENGHOZI



Octobre 2012
128 p.

Hors collection – actes du séminaire Contenus culturels numériques et modèles d'affaires innovants

Le numérique n'est pas seulement une technologie qui transforme les industries culturelles et les médias caractéristiques du xx^e siècle (de la presse au cinéma, en passant par le livre, les industries musicales, le jeu vidéo), mais il est aussi le lieu et l'occasion d'innovations dans les domaines technique et économique. La notion de « modèles économiques » ou plutôt de « modèles d'affaires innovants » veut mettre en valeur cette double dimension. La compréhension de ces modèles d'affaires répond à un enjeu stratégique : il s'agit d'abord de mesurer les chances et les atouts de l'économie française dans ce secteur. Il est nécessaire ensuite d'en évaluer l'impact tant sur l'activité des industries culturelles et des médias que sur leur cadre juridique aujourd'hui déstabilisé.

Cette démarche est d'autant plus nécessaire et féconde que, par une sorte de chassé-croisé, le numérique semble avoir élu le domaine de la culture et de l'information comme son terrain favori d'expérience économique : le secteur des industries culturelles semble même jouer un rôle de précurseur des modèles d'affaires du numérique en général, ce qu'illustrent aussi bien le secteur des jeux vidéo que le Web dans son ensemble, avec par exemple Google, Apple, ou Amazon.

Pour autant, la compréhension des modèles d'affaires innovants n'est pas seulement une question économique. Elle a évidemment des effets sur le champ culturel en tant que tel, sur les auteurs, les œuvres, les processus éditoriaux, les pratiques et les valeurs culturelles.

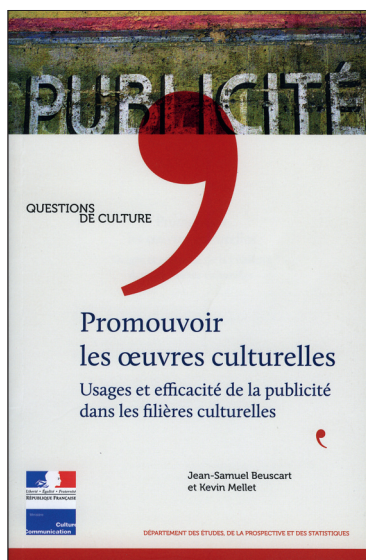
S'appuyant sur les travaux du séminaire d'économie, « Contenus numériques et modèles innovants », organisé par le Secrétariat général et la Direction générale des médias et des industries culturelles, l'ouvrage analyse des enjeux majeurs pour le ministère de la Culture et de la Communication, confronté aux enjeux de la mutation numérique.

Actes du séminaire coordonné par **PIERRE-JEAN BENGHOZI**, avec la participation de **GRÉGOIRE LASSALE**, **VICTOR LUGGER**, **GIUSEPPE DE MARTINO**, **MARC MINON**, **MARIE-LAURE SAUTY DE CHALON**, **LAURENT SORBIER**.

Promouvoir les œuvres culturelles

Usages et efficacité de la publicité dans les filières culturelles

Jean-Samuel BEUSCART et Kevin MELLET



Décembre 2012

278 p.

ISBN 978-2-11-128149-3

12 €

Achat d'espaces publicitaires dans les médias, marketing direct, relations avec la presse, publicité sur le lieu de vente... : les œuvres culturelles, comme la plupart des produits commercialisés, font l'objet d'un travail de promotion lorsqu'elles sont mises sur le marché.

Pourtant, professionnels et chercheurs – économistes et sociologues – semblent s'accorder sur le caractère particulier des biens culturels : il est bien souvent difficile de prédire leur succès ; voire, certaines créations ne sauraient être exposées au marché sans être dénaturées. Promeut-on une œuvre culturelle comme un produit ordinaire ? Les dépenses de promotion s'orientent-elles vers les créateurs qui sont déjà les plus visibles ou visent-elles à faire connaître de nouveaux artistes ? Renforcent-elles ou réduisent-elles la diversité culturelle, offerte et consommée ? Dans quelle mesure Internet recompose-t-il les stratégies de promotion ?

L'ouvrage décrit des dispositifs et des stratégies de promotion dans les médias qui diffèrent selon les secteurs : alors que la presse écrite est le média favori de promotion des livres, le cinéma ou les musées préfèrent l'affichage, tandis que les communautés de joueurs restent

les plus efficaces pour faire connaître un jeu vidéo. Dans toutes les filières culturelles, la construction de la visibilité occupe une place de plus en plus importante.

L'ouvrage propose d'identifier trois grands régimes publicitaires, correspondant à des produits culturels différents et à des rapports distincts à l'incertitude sur le succès : le best-seller programmé, le produit créatif risqué, le produit culturel de niche. Ces régimes promotionnels se retrouvent, en proportions variées, dans l'ensemble des filières culturelles. Enfin, les acteurs des filières culturelles se sont diversement approprié les outils de visibilité en ligne, qui semblent favoriser les produits de niche et les best-sellers.

JEAN-SAMUEL BEUSCART est sociologue et économiste, chercheur au laboratoire de sciences sociales d'Orange Labs et chercheur associé au LATS (université Paris-Est Marne-la-Vallée). Ses travaux portent sur la numérisation des marchés culturels et sur les enjeux de la visibilité en ligne.

KEVIN MELLET est économiste et sociologue, chercheur au laboratoire de sciences sociales d'Orange Labs et chercheur associé au Centre de sociologie de l'innovation (Mines-ParisTech). Ses travaux portent sur l'économie numérique, la publicité et le marketing en ligne.

Traduire la littérature et les sciences humaines

Conditions et obstacles

Sous la direction de Gisèle SAPIRO



Septembre 2012

400 p.

ISBN 978-2-11-128148-6

14 €

Quelles sont les raisons de traduire ou de ne pas traduire une œuvre ?

Alors que les ouvrages du philosophe américain John Dewey publiés dans les années 1920 n'ont été traduits en français qu'en 2003, quatre ans seulement séparent la parution de la *Sociologie de l'Algérie* de Pierre Bourdieu en 1958 et sa traduction en anglais, mais près de vingt-cinq ans passent entre l'édition de *L'Amour de l'art* en 1966 et sa publication aux États-Unis en 1990. *L'Élegance du hérisson*, un roman tout d'abord refusé par de multiples éditeurs étrangers car jugé trop « franco-français » a pourtant connu très vite un succès de librairie mondial. Comment expliquer de tels phénomènes ?

De nombreux obstacles d'ordre économique mais aussi symbolique empêchent les œuvres de circuler entre les cultures : la très inégale position des langues sur le marché mondial de la traduction et, pour chaque pays, les héritages culturels différents et leurs représentations réciproques, les traditions philosophiques et universitaires, la structuration et le développement des économies nationales du livre, mais aussi la rareté des traducteurs pour certaines langues, la difficulté de traduction, son coût, etc.

À partir d'études de cas conduites en France, aux États-Unis, au Brésil, au Royaume Uni et aux Pays-Bas et consacrées à la traduction en français ou vers une autre langue, l'ouvrage identifie les conditions économiques et culturelles de la traduction en littérature et en sciences humaines et sociales. À travers un grand nombre d'exemples singuliers, il dégage les logiques générales qui freinent ou favorisent la traduction : le rôle crucial d'éditeurs volontaristes, l'importance des dispositifs de soutien public et les logiques culturelles qui gouvernent la réception des œuvres, leur commercialisation et leur médiation dans chaque pays.

GISÈLE SAPIRO est directrice de recherche au CNRS et directrice d'études à l'EHESS. Elle dirige le Centre européen de sociologie et de science politique. Spécialiste de sociologie des intellectuels, de la littérature, de la traduction et des échanges culturels internationaux, elle est notamment l'auteure de *la Guerre des écrivains, 1940-1953* (Fayard, 1999) et de *la Responsabilité de l'écrivain. Littérature, droit et morale en France. XIX^e-XX^e siècle* (Seuil, 2011).

Métiers du graphisme

Jean-Pierre DURAND et Joyce SEBAG



Décembre 2011

224 p.

ISBN 978-2-11-128147-9

12 €

Le graphisme est affaire de mots et d'images. Pourtant, alors que la communication visuelle a envahi nos sociétés contemporaines, le graphisme est paradoxalement devenu invisible aux yeux du grand public. Au croisement de plusieurs disciplines artistiques comme la photographie, la peinture, le cinéma, le design d'objet ou encore l'architecture, l'activité reste mal identifiée. À cela plusieurs explications possibles : la multiplicité des supports de création, de l'imprimé au Web design, la diversité des statuts d'emploi et jusqu'à la diversité des termes le désignant, du graphisme au design graphique.

À partir des témoignages de jeunes graphistes en cours de professionnalisation et de graphistes renommés dans leurs différents domaines de création (affiche, animation 3D, publicité...), l'ouvrage présente la profession dans sa diversité de situations d'emploi – salarié ou indépendant, travaillant pour le secteur institutionnel ou le secteur commercial, pour le support imprimé ou animé – et décrit les enjeux auxquels elle est confrontée : adaptation aux technologies numériques qui tend à créer un fossé générationnel, diversité des formations, difficulté d'insertion dans un marché du travail où le talent et la notoriété

laissent peu de place à la génération entrante, pourtant de plus en plus nombreuse depuis la fin des années 1990.

Au-delà des différences liées à l'exercice du métier et en dépit de phénomènes générationnels, des trajectoires convergentes sont identifiées, qui rappellent que l'histoire du graphisme est avant tout une histoire de regards : sur le monde, la société, la cité.

JEAN-PIERRE DURAND est professeur de sociologie à l'université d'Évry où il a fondé le Centre Pierre-Naville. Il est l'auteur de *Sociologie contemporaine*, paru chez Vigot en 2006 pour la 3^e édition. Il enseigne la sociologie du travail et des organisations et a notamment publié *la Chaîne invisible. Du flux tendu à la servitude volontaire* au Seuil en 2004, et *Violence au travail*, coordonné avec Marnix Dressen, paru chez Octarès en 2011.

JOYCE SEBAG est professeure de sociologie et a publié de nombreux articles sur l'écriture cinématographique en sociologie, dont « Le temps au cinéma : comment représenter l'intangible ? ». Elle est responsable du groupe de recherche Sociologie visuelle ou filmique au sein de l'Association française de sociologie et a réalisé, avec J.-P. Durand, plusieurs documentaires sociologiques : *Rêves de chaîne* ou encore *Nissan, une histoire de management*.

Intermédiaires du travail artistique

À la frontière de l'art et du commerce

Wenceslas LIZÉ, Delphine NAUDIER, Olivier ROUEFF



Mai 2011
264 p.
ISBN 978-2-11-128142-4
12 €

À la figure historique de l'impresario lyrique du XVIII^e siècle a succédé aujourd'hui le manager de musiques actuelles, mais aussi, dans d'autres secteurs artistiques, l'agent de « talent » cinématographique, l'agent littéraire, l'acheteur d'art ou encore le directeur de casting. Tous partagent une fonction d'intermédiaire : plaque sensible des mondes de l'art, ces professionnels méconnus interviennent dans l'appariement de l'offre et de la demande de travail artistique comme dans la conversion des valeurs artistiques et économiques.

Dénoncés tantôt comme parasites inutiles, tantôt comme comploteurs tout-puissants, les intermédiaires sont pourtant de plus en plus sollicités par les artistes et leurs employeurs. De fait, si les normes et pratiques professionnelles varient selon les générations et selon les disciplines, ils sont voués à l'intégration des logiques économiques dans le monde de l'art et contribuent à structurer les marchés du travail sur lesquels ils interviennent.

L'ouvrage propose une analyse de l'activité des intermédiaires dans les domaines de l'édition littéraire, du cinéma, de la photographie publicitaire, de la musique classique et des musiques actuelles. Des portraits comparés illustrent une typologie inédite des différentes postures d'intermédiation, articulées autour de la tension entre art et commerce.

WENCESLAS LIZÉ est maître de conférences à l'université de Poitiers (Groupe de recherches et d'études sociologiques du Centre Ouest).

DELPHINE NAUDIER est chargée de recherche au CNRS. Elle appartient au laboratoire Cultures et sociétés urbaines du Centre de recherches sociologiques et politiques de Paris.

OLIVIER ROUEFF est chargé de recherche au CNRS. Il appartient au laboratoire Professions Institutions Temporalités.

Culture & Médias 2030

Prospective de politique culturelle



Février 2011

208 p.

ISBN 978-2-11-097542-3

12 €

Quels facteurs détermineront l'évolution de la politique culturelle de l'État d'ici 2030 ? Quelles conséquences le changement climatique, la mobilité, l'allongement de la durée de vie ou l'évolution des revenus auront-ils sur la conservation du patrimoine, les visites de musées, le goût pour les concerts, la préférence pour les cultures numériques ou l'imprimé ? Quelles positions les industries culturelles et médiatiques nationales occuperont-elles sur les marchés du tout numérique ? Quels rôles l'Europe, les collectivités territoriales et l'État joueront-ils dans le domaine culturel ? Quelles pratiques seront dites culturelles dans deux décennies ? Quel sera notre devenir culturel ?

Mené par le Département des études, de la prospective et des statistiques du ministère de la Culture et de la Communication, *Culture & Médias 2030* est un exercice inédit de prospectives culturelles. Il explore les facteurs, les tendances et les ruptures possibles des politiques culturelles. Quatre scénarios, futurs possibles, s'y déploient : « L'exception continuée », « Le marché culturel », « L'impératif créatif », « Culture d'identités ». Il ne s'agit pas d'en choisir un, mais de déceler les défis, d'identifier des enjeux à moyen terme des politiques culturelles de l'État, pour en débattre, de permettre de décider de stratégies, et de se donner les moyens de les mettre en œuvre.

L'enfance des loisirs

Trajectoires communes et parcours individuels de la fin de l'enfance à la grande adolescence

Sylvie OCTOBRE, Christine DÉTRETZ,
Pierre MERCKLÉ, Nathalie BERTHOMIER



Novembre 2010

432 p.

ISBN 978-2-11-097545-4

20 €

« Dis-moi... »

Dis-moi quels sont tes loisirs, et je te dirai qui tu es. Dis-moi qui tu es, je te dirai ce que tu fais. Dis-moi ce que tu fais, je te dirai ce que tu ressembles. Dis-moi ce que tu fais, je te dirai ce que tu feras. Quatre demandes comme quatre questions à un champ encore au stade de l'enfance : la culture, de l'enfance à la grande adolescence.

Longtemps considérés comme des « héritiers » reproduisant les comportements parentaux, volontiers décrits comme des consommateurs passifs soumis à la profusion de l'offre médiatico-publicitaire des industries, les discours sur les rapports des enfants à la culture oscillent entre angélisme techniciste – ils seraient naturellement digitaux – et paniques morales.

L'ouvrage prend un autre parti : l'observation des comportements culturels de près de 4 000 enfants suivis de 11 ans à 17 ans. Il analyse en quoi les loisirs sont des espaces d'expression d'un rapport à la culture et plus largement au monde. Il examine que filles et garçons occupent des espaces culturels distincts : *Barbie* et goût de la conversation *versus* football et jeux vidéo. Il met en lumière la construction des différences de genre, socialement situées, dans l'espace des loisirs, le jeu

des influences – école, institutions culturelles, copains, médias... – et la faculté des enfants à les méttiser pour se construire un goût.

Au-delà des trajectoires communes, chaque parcours individuel est le fruit d'un processus de construction, fait de découvertes, de choix ainsi que de renoncements. L'ouvrage invite à la découverte de la fabrique des loisirs de l'enfance, chez ceux qui formeront les publics de demain.

SYLVIE OCTOBRE est chargée d'études au Département des études et de la prospective du ministère de la Culture et de la Communication.

CHRISTINE DÉTRETZ est maîtresse de conférences à l'ENS Lyon au sein de l'équipe Dispositions, pouvoirs, cultures et socialisations (Centre Max Weber).

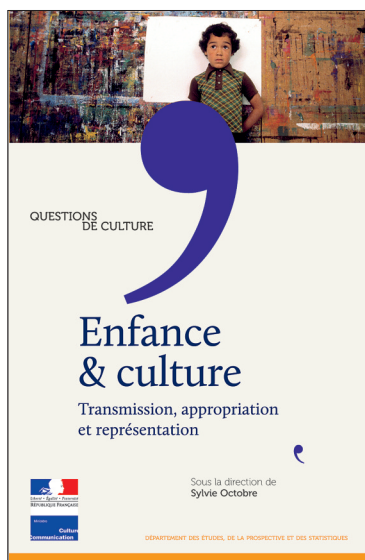
PIERRE MERCKLÉ est maître de conférences à l'ENS Lyon au sein de l'équipe Dispositions, pouvoirs, cultures et socialisations (Centre Max Weber).

NATHALIE BERTHOMIER est chargée d'études statistiques au Département des études et de la prospective du ministère de la Culture et de la Communication.

Enfance & culture

Transmission, appropriation et représentation

Sous la direction de Sylvie OCTOBRE



Octobre 2010

232 p.

ISBN 978-2-11-097542-3

12 €

« Il était une fois... »

Cette formule inaugure bien des histoires pour enfants, dont la plupart racontent des rencontres. Celle dont il est question ici concerne deux objets sociologiques : la culture et l'enfance.

À la croisée des recherches sur l'enfance, la famille, l'éducation et les loisirs, la rencontre de ces deux objets scientifiques ouvre des perspectives de dialogue pour différentes disciplines : ethnologie, anthropologie, sociologie. Les articles réunis dans cet ouvrage rendent compte de la richesse de cette rencontre, en explorant tout à la fois la diversité des âges, de la petite enfance à l'adolescence, celle des thématiques, entre socialisations de classe et de sexe, juvénile et familiale, et celle des pratiques, de la fréquentation des équipements culturels aux pratiques numériques et multimédiatiques.

Il était une fois une plongée dans les cultures enfantines...

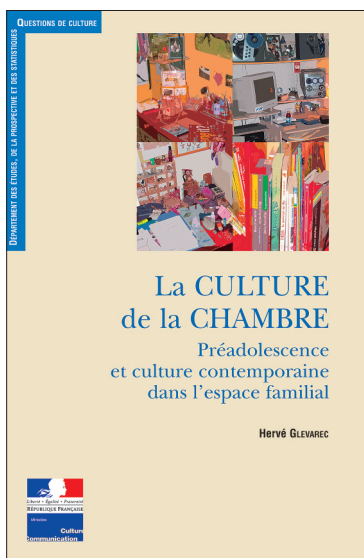
SYLVIE OCTOBRE est chargée d'études au Département des études et de la prospective du ministère de la Culture et de la Communication.

MARTINE AZAM, JOHANN CHAULET, FRÉDÉRIC DAJEZ, ANNE JONCHERY, CAROLINE LEGAULT, CHRISTINE MENNESSON, GÉRARD NEYRAN, SYLVIE OCTOBRE, CHRISTOPHE PETER, MARIE-LAURE POUCHADON, GILLES PRONOVOST, JEAN-PIERRE ROUCH, NATHALIE ROUCOUS, RÉGINE SIROTA, BÉRÉNICE WATY ET JOËL ZAFFRAN ont contribué à cet ouvrage.

La culture de la chambre

Préadolescence et culture contemporaine dans l'espace familial

Hervé GLEVAREC



Décembre 2009

184 p.

ISBN 978-2-11-097540-9

19 €

Si l'on connaît mieux, depuis le début de la décennie 2000, les comportements des moins de 15 ans en matière de pratiques culturelles, l'individualisation des espaces et des pratiques au sein de l'espace domestique et la montée en puissance des objets médiatiques et culturels ont favorisé une diversification des univers culturels selon l'âge et le sexe, contribuant à l'autonomie des enfants. La chambre des enfants est devenue un lieu clé à partir duquel ceux-ci tissent des liens, entrent en contact avec l'extérieur, projettent leurs idéaux et construisent un nouveau rapport au monde et aux autres, notamment par l'intermédiaire de l'ordinateur et de l'internet.

En quoi la présence ou non d'un poste de télévision dans la chambre, d'un lecteur de CD, d'un ordinateur, l'organisation de la bibliothèque et la présence de jeux et de jouets nous renseignent-elles sur le rapport au monde d'une génération qui a aujourd'hui entre 7 et 13 ans et qui grandit sous le signe de la culture de l'écran et de la révolution numérique ? Comment les parents agissent-ils sur l'univers de la chambre de leurs enfants et dans quelle mesure instaurent-ils les cadres des loisirs culturels contemporains médiatisés ?

La place prise par la culture contemporaine dans le temps individuel accompagne une émancipation plus précoce des enfants et préadoles-

cents, fort différente dans ses supports, agendas et modalités, de celle qu'avaient connue leurs parents au même âge et qui définit une nouvelle période de la vie : la préadolescence. Cette culture propre aux enfants et préadolescents contribue à construire leurs goûts et leur identité, ainsi qu'à redéfinir leur autonomie au sein de la famille et vis-à-vis de leurs pairs.

À partir d'entretiens réalisés auprès de jeunes âgés de 7 à 13 ans et auprès de leurs parents et d'observation des espaces domestiques, l'auteur montre que l'univers culturel des enfants et préadolescents, largement articulé aux biens et services des industries culturelles, se construit aujourd'hui entre plusieurs pôles : la famille, son héritage et son ambition culturelle, la culture jeune et la recherche d'autonomie de l'enfant. À l'appui de cette démonstration, des données statistiques permettent de mieux saisir les spécificités de la préadolescence.

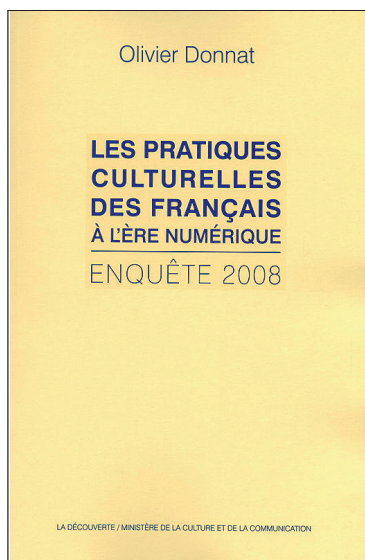
HERVÉ GLEVAREC est sociologue, chargé de recherche au Centre national de la recherche scientifique (CNRS), au laboratoire Communication et politique (Paris). Il est notamment l'auteur de *Libre antenne. La réception de la radio par les adolescents* (Paris, Armand Colin/INA, 2005), de *Cultural Studies. Anthologie* (avec Éric Macé et Éric Maigret, Paris, Armand Colin, 2008) et de *La Radio et ses publics. Sociologie d'une fragmentation* (avec Michel Pinet, Irma/Seteun, 2009).

Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique

Enquête 2008

Olivier DONNAT

[hors collection ; coédition La Découverte]



Octobre 2009

288 p.

ISBN 978-2-70-715800-0

20 €

Hors collection, publié en coédition avec La Découverte

Depuis le début des années 1970, l'enquête *Pratiques culturelles* du ministère de la Culture et de la Communication constitue le principal baromètre des comportements des Français dans le domaine de la culture et des médias. Les résultats de 2008 révèlent, plus de dix ans après ceux de 1997, l'ampleur des effets d'une décennie de mutations induites par l'essor de la culture numérique et de l'internet.

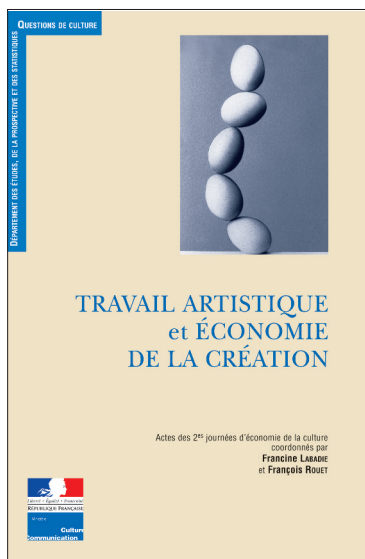
Au moment où plus de la moitié des Français disposent chez eux d'une connexion à haut débit, où plus d'un tiers utilisent l'internet quotidiennement à des fins personnelles, comment les nouvelles formes d'accès en ligne à la culture s'articulent-elles avec la consommation des anciens médias (télévision, radio, presse écrite) ou avec les pratiques culturelles traditionnelles ? Comment se portent la lecture de livres, l'écoute de musique ou la pratique en amateur d'activités artistiques ? La fréquentation des salles de cinéma, des théâtres ou des salles de concert a-t-elle baissé ou augmenté et le profil de leurs publics a-t-il évolué ?

Le présent ouvrage restitue les résultats sectoriels de l'enquête dans le domaine de la télévision, de la musique, du livre et de la presse, des sorties et visites culturelles et des pratiques en amateur, en soulignant chaque fois les permanences mais aussi les lignes de rupture qui se dessinent sous la poussée d'une culture numérique déjà très présente dans le quotidien des jeunes générations.

OLIVIER DONNAT est sociologue au Département des études, de la prospective et des statistiques (DEPS) du ministère de la Culture et de la Communication. Il est notamment l'auteur de *les Français face à la culture. De l'exclusion à l'éclectisme* (La Découverte, 1994) et de *Regards croisés sur les pratiques culturelles* (La Documentation française, 2003).

Travail artistique et économie de la création

Actes des 2^{es} Journées d'économie de la culture
coordonnés par Francine LABADIE et François ROUET



Septembre 2008
256 p.
ISBN 978-2-11-097537-9
25 €

Le travail artistique constitue un ressort essentiel de la production d'œuvres et de prestations artistiques. Sans travail artistique, point de création et point de filières culturelles. Appréhender l'économie de la création du point de vue de l'activité des créateurs amène à s'interroger sur la valorisation du travail artistique et ses rémunérations.

La rémunération du travail artistique fait l'objet d'un encadrement juridique complexe, relevant tout à la fois du droit du travail et du droit d'auteur, qui vise à compenser les effets de l'asymétrie des rapports de production et à protéger les créateurs. Dans un contexte de mutations économiques, sociales et technologiques des filières culturelles, des modifications substantielles dans les prises de risques respectives des acteurs de ces filières ont lieu.

Les deuxièmes journées d'économie de la culture, tenues en octobre 2007, poursuivaient plusieurs objectifs : réaliser un diagnostic global des évolutions à l'œuvre et de la capacité du droit positif à les accompagner, esquisser de nouvelles perspectives de régulation économique, sociale et juridique des relations liant créateurs et investisseurs des filières culturelles, envisager et mettre en débat, avec les acteurs concernés, les scénarios de régulation.

La restitution de ces réflexions est destinée aux acteurs et décideurs des différentes filières culturelles, et plus largement, à tous ceux, étudiants, formateurs, responsables de politiques culturelles, qui s'intéressent au contexte économique-juridique de la création dans les domaines culturels.

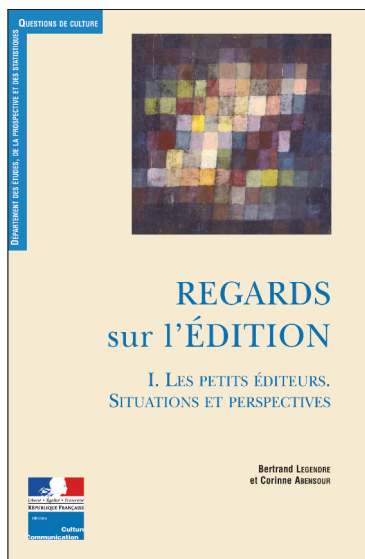
La restitution de ces réflexions est destinée aux acteurs et décideurs des différentes filières culturelles, et plus largement, à tous ceux, étudiants, formateurs, responsables de politiques culturelles, qui s'intéressent au contexte économique-juridique de la création dans les domaines culturels.

Actes des deuxièmes Journées d'économie de la culture coordonnés par **FRANCINE LABADIE** et **FRANÇOIS ROUET**, avec la participation de **JACQUES BARTHÉLÉMY**, **VALÉRIE-LAURE BENABOU**, **JEAN-LUC BERNARD**, **OLIVIER BRILLANCEAU**, **SUZANNE CAPIAU**, **CHRISTOPHE CARON**, **DENIS CAROT**, **MARIE CORNU**, **ISABELLE DAUGAREILH**, **THIERRY DESURMONT**, **ADOLF DIETZ**, **PHILIPPE GAUDRAT**, **CLAIRE GIBAULT**, **JEAN-YVES KERBOURC'H**, **ERICK LONDON**, **JEAN-JOËL LE CHAPELAIN**, **PIERRE-MICHEL MENDER**, **CHARLES-LOUIS MOLGO**, **CHRISTOPHE PASCAL**, **JACQUES PESKINE**, **IRÈNE RUSZNIOWSKI**, **DOMINIQUE SAGOT-DUVAUROUX**, **MARC SLYPER**, **PATRICK TAFFOREAU**, **GILLES VERCKEN**, **JEAN VINCENT**, **MICHEL VIVANT**, **MARTINE ZUBER**.

Regards sur l'édition

I. Les petits éditeurs. Situations et perspectives

Bertrand LEGENDRE et Corinne ABENSOUR



Février 2007

168 p.

ISBN 978-2-11-096201-0

19 €

Parmi les nombreux facteurs de mutation que connaît la filière du livre, certains affectent tout particulièrement les petits éditeurs. Les crises successives de leurs distributeurs au cours des vingt dernières années, la montée en puissance des groupes dominants et des chaînes de librairies, le foisonnement de la production sont quelques-unes des causes de ce paradoxe : en amont, l'évolution des techniques a facilité l'accès à la position d'éditeur, alors qu'en aval, les obstacles à l'entrée sur le marché se sont renforcés.

Cet ouvrage, fondé sur une enquête approfondie auprès d'un ensemble de petits éditeurs, analyse la diversité de leurs conditions de création et de fonctionnement, tant sous les aspects éditoriaux que commerciaux, techniques, financiers et humains. Ce portrait de groupe éclaire la réalité du rôle de ces petits éditeurs, rend compte de leurs perspectives et de leurs attentes, et permet aux auteurs de proposer un ensemble de préconisations en matière d'accompagnement, d'articulation à l'interprofession, de mutualisation et de formation.

CORINNE ABENSOUR, agrégée de lettres modernes et docteur en sciences de l'information et de la communication, est maître de conférences à l'université Paris 13-Villetaneuse.

BERTRAND LEGENDRE, docteur en sciences de l'information et de la communication, est maître de conférences à l'université Paris 13-Villetaneuse où il dirige le master « Politiques éditoriales ».

Regards sur l'édition

II. Les nouveaux éditeurs (1988-2005)

Bertrand LEGENDRE et Corinne ABENSOUR



Mars 2007

128 p.

ISBN 978-2-11-096202-7

19 €

Cet ouvrage consacré aux nouveaux éditeurs dresse un bilan démographique des mouvements de création et de disparition de maisons d'édition entre 1988 et 2005. Les auteurs de l'étude ont cherché à définir les différents modèles mis en place, en interrogeant tout particulièrement les parcours professionnels de ces nouveaux acteurs du livre, leurs choix en matière de politique éditoriale, leurs relations avec les auteurs, leurs types d'organisations et leurs modes de commercialisation.

Ils se sont appliqués à replacer dans le contexte général de la profession le rôle que tiennent les nouveaux éditeurs dans le renouvellement de la filière.

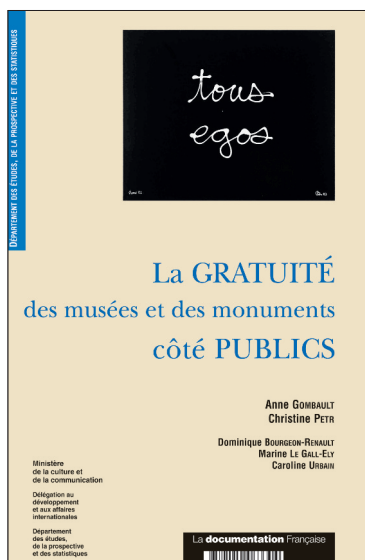
Si l'accès à la fonction d'éditeur semble facilité par les nouvelles technologies, d'une manière générale les difficultés d'accès au marché augmentent. L'ouvrage présente de nombreuses initiatives récentes en matière de diffusion-distribution.

CORINNE ABENSOUR, agrégée de lettres modernes et docteur en sciences de l'information et de la communication, est maître de conférences à l'université Paris 13-Villetaneuse.

BERTRAND LEGENDRE, docteur en sciences de l'information et de la communication, est maître de conférences à l'université Paris 13-Villetaneuse où il dirige le master « Politiques éditoriales ».

La gratuité des musées et des monuments côté publics

Anne GOMBAULT, Christine PETR, Dominique BOURGEON-RENAULT, Marine LE GALL-ELY, Caroline URBAIN



Décembre 2006

416 p.

ISBN 978-2-11-006330-0

30 €

Alors qu'elle avait progressivement disparu, la gratuité de l'entrée des musées et des monuments est revenue sur le devant de la scène en France : d'abord instaurée à titre expérimental en 1996 au Louvre le premier dimanche de chaque mois, puis étendue dans les mêmes termes à l'ensemble des musées et des monuments nationaux en 2000, et à certains musées municipaux. Depuis, le mouvement se poursuit : l'entrée est désormais gratuite pour les collections permanentes des musées municipaux de Paris, Dijon, Calais, Caen, Bordeaux, des musées départementaux de l'Isère... Cette évolution, qui s'inscrit dans un mouvement européen, et qui peut sembler paradoxale dans un monde patrimonial presque consensuel sur le nécessaire appel au marché, marque en fait l'apparition de stratégies de prix dans les musées et les monuments, où la gratuité, une action-prix presque comme une autre, sert les objectifs d'accessibilité et de promotion de ces institutions. Presque, car la mesure, constitutive de leur identité originelle et à ce titre chargée d'enjeux symboliques, est largement véhiculée par les politiques publiques comme un idéal auquel les publics aspireraient. Est-ce si sûr ? Que pensent les publics de la gratuité ? Quelles représentations en ont-ils et comment celles-ci sont-elles reliées à leurs représentations, projets d'usage et comportements de fréquentation des musées et des monuments ?

Le Département des études, de la prospective et des statistiques, après avoir été chargé de la mesure quantitative des effets des mesures de 2000, a confié à une équipe de cinq chercheurs en sciences de gestion la réalisation de la première étude approfondie sur le sujet. Pendant deux ans, en 2002 et 2003, ils ont produit des données et des analyses croisées dans toute la France. Les résultats sont passionnants : ils permettent d'en finir avec bien des idées reçues sur la gratuité, tout en soulignant la diversité des publics potentiels et effectifs des musées et des monuments aujourd'hui et la complexité de leur implication dans l'activité de visite.

Ouvrage collectif coordonné par **ANNE GOMBAULT**, professeur à Bordeaux École de management, responsable de la chaire Arts, culture et management en Europe (Cereberm) et **CHRISTINE PETR**, maître de conférences à l'université de Rennes 1, et réalisé avec la collaboration de trois autres chercheurs en marketing : **DOMINIQUE BOURGEON-RENAULT**, professeur à l'université de Bourgogne, à l'UP Denis-Diderot, **MARINE LE GALL-ELY**, maître de conférences à l'université de Rennes 2 et **CAROLINE URBAIN**, maître de conférences à l'université de Nantes.

Création et diversité au miroir des industries culturelles

Actes des Journées d'économie de la culture
coordonnées par Xavier GREFFE



Avril 2006
464 p.
ISBN 978-2-11-096197-X
30 €

Les réflexions sur la création et la diversité culturelles ont longtemps été liées en France à l'attitude des pouvoirs publics : prennent-ils les initiatives nécessaires au développement des activités artistiques et à la démocratisation des consommations culturelles, et disposent-ils des instruments adaptés ? Aujourd'hui, l'importance prise par les industries culturelles à l'échelle mondiale, la puissance de détermination des *majors*, le numérique et internet conduisent à enrichir cette première perspective en lui associant des dimensions entrepreneuriales, industrielles et financières.

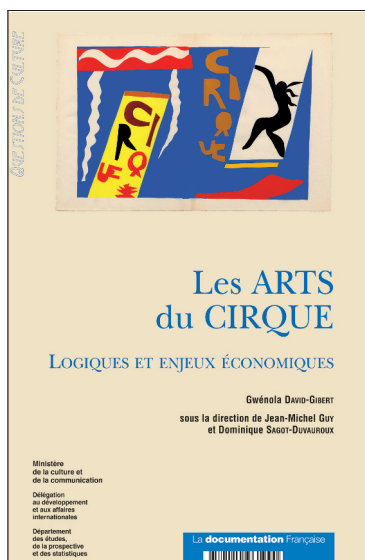
Les premières *Journées d'économie de la culture* – dont les actes sont publiés ici – ont cherché à approfondir les réponses aux questions suivantes : peut-on encore concevoir aujourd'hui une économie de l'art qui ne soit pas immergée dans l'économie des industries culturelles ? Les entreprises culturelles sont-elles différentes des autres ? Comment les artistes se situent-ils dans un tel redéploiement ? Comment accède-t-on aujourd'hui aux consommations culturelles ? Quelles sont les régulations nécessaires pour atteindre les objectifs des politiques culturelles ?

Actes des premières Journées d'économie de la culture coordonnées par **XAVIER GREFFE**, avec la participation de **CHRISTIAN BARRÈRE, PIERRE-JEAN BENGHOZI, FRANÇOISE BENHAMOU, OLIVIER BOMSEL, PHILIPPE CHANTEPIE, NICOLAS CURIEN, ÉLISABETH FLÛRY-HÉRARD, JEAN GABSZEWICZ, MICHEL GENSOLLEN, ALAIN LE DIBERDER, PIERRE-MICHEL MENGER, FRANÇOIS MOREAU, DOMINIQUE PASQUIER, BENOÎT PAUMIER, ANNE PERROT, FLORENCE PUECH, VÉRONIQUE SIMMONET, NATHALIE SONNAC.**

Les arts du cirque

Logiques et enjeux économiques

Gwénola DAVID-GIBERT sous la direction de Jean-Michel GUY et Dominique SAGOT-DUVAUROUX



Juillet 2006

208 p.

ISBN 978-2-11-096199-6

25 €

L'esthétique du cirque a profondément changé depuis trente ans. À côté du cirque de « toujours », aujourd'hui qualifié de traditionnel ou de classique, coexistent des formes artistiques très hétérogènes, que l'on regroupe généralement, non sans difficulté, sous les labels de « nouveau cirque », de « cirque contemporain », de « cirque de création » ou d'« arts du cirque ». La diversification artistique du cirque se traduit par la grande variété des logiques économiques qui sous-tendent la production et la diffusion des spectacles.

C'est à l'identification de ces logiques et de leurs enjeux qu'est consacrée cette étude.

L'itinérance, qui consiste à présenter les spectacles dans des structures démontables et transportables (généralement des chapiteaux), n'est plus le seul mode d'existence du cirque, mais son coût est tel qu'elle impose aux artistes qui l'ont choisie – et quelle que soit leur orientation esthétique – un équilibre économique précaire, pour ne pas dire acrobatique.

Les autres modes de présentation des spectacles – en salle, en rue – apparentent l'économie du cirque à celle du théâtre mais l'en distinguent par d'autres traits spécifiques : longue durée d'élaboration des spectacles,

notoriété relativement faible de la plupart des compagnies, contraintes liées aux agrès... qui impliquent des choix économiques difficiles.

La variété des marchés qu'ils peuvent investir offre aux artistes de cirque un confort relatif, du moins à ceux qui proposent des « petites formes » (solo ou duo par exemple). La création de formes « importantes » (par le nombre d'artistes qu'elle requiert) est le principal point noir d'une économie du cirque encore trop fragile.

GWÉNOLA DAVID-GIBERT, diplômée de l'Institut d'études politiques de Paris et de l'université Paris-Dauphine (DEA d'économie et DESS de gestion des institutions culturelles), est journaliste et critique.

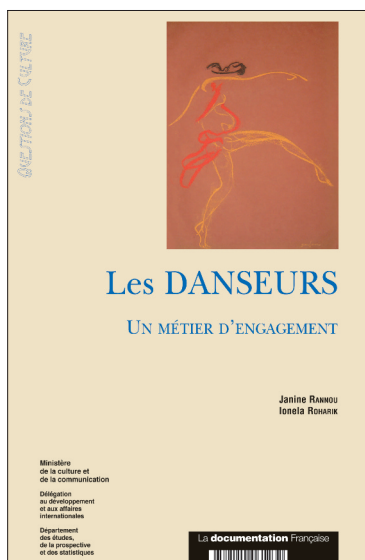
JEAN-MICHEL GUY est ingénieur de recherche au Département des études, de la prospective et des statistiques (DEPS, ministère de la Culture et de la Communication).

DOMINIQUE SAGOT-DUVAUROUX, professeur à l'université d'Angers, est directeur du GEAPE et chercheur associé au Matisse (Centre d'économie de la Sorbonne Paris 1).

Les danseurs

Un métier d'engagement

Janine RANNOU, Ionela ROHARIK



Mars 2006
464 p.
ISBN 978-2-11-006123-5
25 €

On compte aujourd'hui en France environ 5 000 danseurs.

Comme les autres populations d'artistes du spectacle, celle des danseurs a connu, au cours des vingt dernières années, une expansion démographique sans précédent, elle-même portée par une augmentation sensible de l'offre d'emploi chorégraphique. Cette expansion s'est opérée au seul bénéfice des effectifs intermittents qui ont triplé depuis la fin des années 1980, tandis que les effectifs de danseurs permanents, essentiellement concentrés sur une douzaine d'institutions, demeuraient stables.

Fondée sur l'analyse de séries statistiques longues, sur les résultats d'une enquête nationale auprès d'un large échantillon représentatif de danseurs, ainsi que sur un ensemble d'observations et d'entretiens réalisés sur les lieux de travail des danseurs, cette étude concerne toutes les techniques et tous les genres chorégraphiques (classique, jazz, cabaret, contemporain, hip-hop...), s'intéresse aux danseurs permanents comme aux intermittents, aux interprètes comme aux chorégraphes. Elle

restitue avec minutie l'ensemble des conditions de formation et d'exercice du métier de danseur et contribue à en révéler les innombrables facettes.

Par-delà la grande diversité des trajectoires professionnelles, qui portent elles-mêmes l'empreinte de celle des parcours de formation, de la variété des fonctions et des activités exercées et de la gamme étendue des structures employeur présentes sur le marché de l'emploi chorégraphique, cet ouvrage met également en lumière les spécificités fortes de ce qui demeure aujourd'hui un « métier d'engagement ».

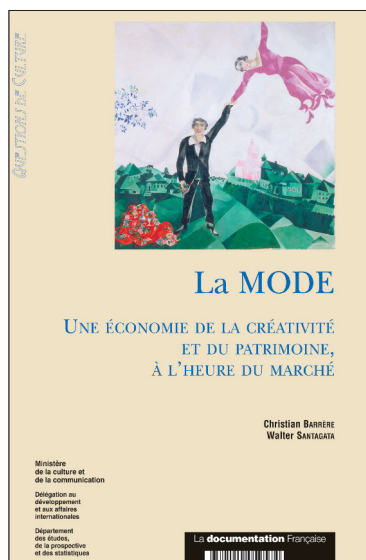
JANINE RANNOU est sociologue, ingénieur au Centre de sociologie du travail et des arts, EHESS-CNRS, spécialiste des professions et des marchés du travail artistiques au sein des arts du spectacle.

IONELA ROHARIK est sociologue et statisticienne, ingénieur au Centre de sociologie du travail et des arts, EHESS-CNRS, spécialiste du marché du travail artistique ainsi que des pratiques culturelles.

La mode

Une économie de la créativité et du patrimoine, à l'heure du marché

Christian BARRÈRE, Walter SANTAGATA



Septembre 2005

280 p.

ISBN 978-2-11-005957-5

25 €

à luxe marchand, mondialisé et de masse. C'est alors la confrontation entre ce modèle et les exigences nouvelles de l'intégration par les groupes financiers des industries du luxe qui est mise au cœur des soubresauts contemporains de la mode.

CHRISTIAN BARRÈRE, professeur d'économie à l'université de Reims, dirige le centre de recherche OMI (Organisations marchandes et institutions). Il développe une approche institutionnelle de l'économie du goût et du patrimoine qu'il applique aux secteurs culturels de la mode, du luxe, du vin, de la gastronomie et de l'art.

WALTER SANTAGATA, professeur d'économie, directeur du Département d'économie de l'université de Turin de 2001 à 2004, dirige EBLA Center (Centre international de recherches en économie de la culture, des institutions et de la créativité) et le programme "Cultural Projects for Development" de l'Organisation internationale du travail – Centre international de formation.

Les loisirs culturels des 6-14 ans

Sylvie OCTOBRE



Mars 2004

432 p.

ISBN 978-2-11-005480-8

25 €

Venant compléter plusieurs décennies d'études sur les comportements de loisirs des plus de 15 ans, cet ouvrage offre une vision panoramique des consommations et pratiques culturelles des 6-14 ans (télévision, écoute musicale et radiophonique, jeux vidéo, ordinateur, lecture, pratiques artistiques amateur et fréquentation des équipements culturels) et les replace dans le champ, plus vaste, des occupations du temps libre en les confrontant à l'investissement dans le sport et le jeu.

Ce faisant, l'auteur tente de mettre au jour les influences mutuelles qu'exercent sur l'enfant la famille, l'école et les copains, dans la définition de ses loisirs, en fonction de son âge, de son sexe et de son milieu d'origine.

Les univers culturels des 6-14 ans sont ainsi décrits à la croisée des hiérarchies de l'affectation de temps aux différentes activités de loisirs et de l'attachement des enfants et adolescents à chacune de ces activités.

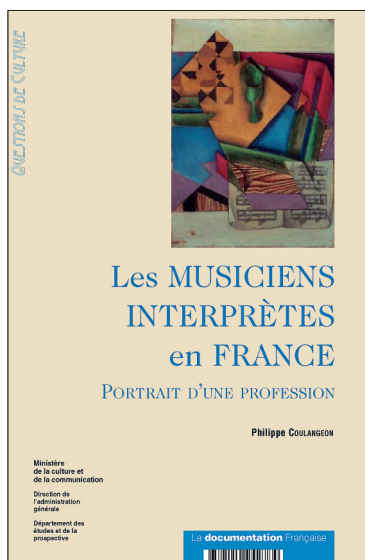
Les données qui sont présentées dans cet ouvrage, enrichies de très nombreux tableaux et graphiques illustrant chaque chapitre, sont issues d'une enquête réalisée par le DEP auprès de 3 000 familles pendant l'hiver 2001-2002, en collaboration avec le ministère de l'Éducation nationale.

SYLVIE OCTOBRE et **OLIVIER DONNAT** (auteur de l'avant-propos) sont chargés d'études au Département des études et de la prospective du ministère de la Culture et de la Communication.

Les musiciens interprètes en France

Portrait d'une profession

Philippe COULANGEON



Mai 2004

352 p.

ISBN 978-2-11-094278-9

25 €

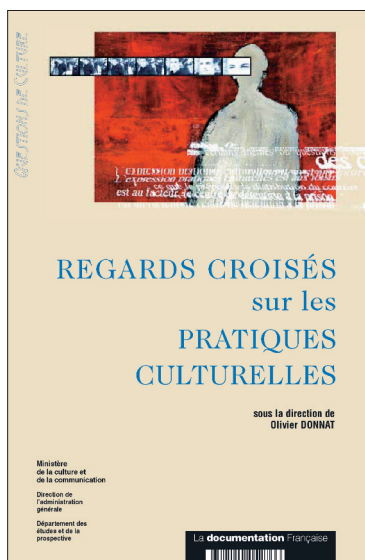
Depuis le milieu des années 1980, en même temps que le secteur musical connaissait de profonds bouleversements, les musiciens ont vu leur effectif multiplié par quatre : ils sont aujourd'hui un peu plus de 25 000 et constituent ainsi le premier métier de l'interprétation artistique. Comme dans beaucoup d'autres professions du spectacle, cette expansion est essentiellement imputable au développement de l'emploi intermittent, alors même que l'emploi permanent est demeuré stable au cours de cette période.

Sur la base de diverses sources statistiques originales et d'une série d'entretiens, cet ouvrage dresse l'état des lieux d'une profession caractérisée notamment par l'opposition entre musique savante et musiques populaires. Il souligne en particulier la diversité des conceptions et des contextes d'exercice du métier, de ses modes d'apprentissage, des formes d'insertion professionnelle et le très large éventail des situations individuelles, des plus précaires aux plus installées.

PHILIPPE COULANGEON est sociologue, chargé de recherche au CNRS, spécialiste de la sociologie de l'art et de la culture.

Regards croisés sur les pratiques culturelles

Sous la direction de Olivier DONNAT



Février 2003
352 p.
ISBN 978-2-11-005276-7
20 €

Certains déplorent l'imprécision du terme « pratiques culturelles » qui recouvre une très grande variété d'activités sans marquer de franche séparation entre le monde de l'art et de la culture et celui de la distraction et des loisirs. D'autres, à l'inverse, préfèrent jouer des contours incertains de l'objet qu'ils étudient pour mieux affirmer le caractère arbitraire ou incertain d'un tel partage.

Cet ouvrage, qui réunit les travaux les plus récents menés à l'initiative du DEP autour du thème des pratiques et consommations culturelles, s'inscrit clairement dans cette seconde perspective. Les sujets abordés portent aussi bien sur les différentes formes de participation à la vie culturelle que sur les usages de la radio ou de la télévision, avec des approches diversifiées, depuis l'exploitation secondaire des trois enquêtes nationales – *Pratiques culturelles* (DEP), *Emploi du temps* et *Budget des familles* (Insee) – jusqu'à l'investigation de type ethnologique.

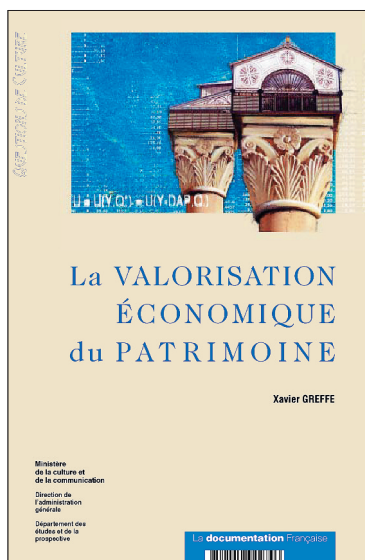
Au fil de la lecture, on mesure la complexité probablement croissante des facteurs qui influencent nos choix en matière d'usages du temps libre et nos goûts culturels, et on apprécie mieux la diversité des modes actuels d'appropriation des œuvres et des produits culturels : qu'il s'agisse des abonnés d'un théâtre, des participants à la Biennale de la danse et d'art contemporain à Lyon, de personnes âgées devant leur téléviseur ou d'adolescents écoutant la radio, dans tous les cas, on constate que des individus faisant « apparemment » la même chose vivent en réalité des expériences dont le contenu et l'impact peuvent être très différents.

Au total, de nombreux éléments de réflexion ouvrant de nouvelles pistes de recherche pour une meilleure compréhension de nos rapports à l'art et à la culture.

Ont collaboré à cet ouvrage sous la direction d'Olivier DONNAT : SYLVIE BRIGNATZ, VINCENT CARADEC, PHILIPPE CIBOIS, JEAN-PIERRE CORDIER, PHILIPPE COULANGEON, ÉRIC DARRAS, ALAIN DEGENNE, JACQUELINE EIDELMAN, PIERRE-ALAIN FOUR, HERVÉ GLEVAREC, ANTOINE HENNION, BERNARD LAHIRE, GWENAELE LARMET, MARIE-ODILE LEBEAUX, PATRICK LEHINGUE, MURIEL LETRAIT, CATHERINE LLATY, BRUNO MARESCA, JEAN-MARC MARIOTTI, MICHEL PINET, GENEVIÈVE TEIL.

La valorisation économique du patrimoine

Xavier GREFFE



Août 2003
384 p.
ISBN 978-2-11-09427-6
25 €

La mise en valeur des patrimoines est une préoccupation pour de nombreux acteurs : leurs propriétaires cherchent à en susciter les usages pour pouvoir financer des budgets de conservation souvent élevés ; l'État et les collectivités territoriales sont soucieux quant à eux d'affirmer l'identité d'un pays ou d'un territoire. Les autres acteurs – entreprises, artisans et associations – sont à la recherche de références et de savoir-faire pour créer et innover dans les domaines les plus variés de l'activité économique et sociale. Cette diversité des partenaires, des usages et des valeurs conduit l'économiste à voir dans le patrimoine, bien plus que la production d'un bien collectif ou qu'un ensemble de marchés, un véritable écosystème où les attitudes et les comportements s'allient aux efforts de connaissance et de financement pour susciter des dynamiques positives.

En France où l'État a mis en place de longue date un important système de protection, de financement et d'intervention, cet écosystème occupe un espace particulier. Mais en organisant la mise en valeur du patrimoine autour de la valeur d'existence, dont il détient le monopole d'interprétation, l'État a créé un paysage où les valeurs d'usage et de développement trouvent difficilement leur place, comme en témoigne le rôle limité des collectivités territoriales, des

propriétaires privés et des associations. La décentralisation permettra-t-elle l'adaptation des dispositifs et des compétences pour que la mise en valeur du patrimoine fournisse de nouvelles opportunités aux acteurs de la société et les aide à reforcer des mémoires.

Il revient donc aux économistes, comme cet ouvrage en témoigne, d'explicitier à quelles conditions les efforts de mise en valeur du patrimoine peuvent se coordonner pour susciter développement et emploi.

XAVIER GREFFE est professeur d'économie des arts et des médias à l'université de Paris-I Panthéon-Sorbonne, où il dirige les Dess d'économie et de gestion des produits culturels, et expert auprès de l'OCDE et de la Commission de l'Union européenne sur les problèmes de développement local et d'emploi. Derniers ouvrages parus : *la Gestion du patrimoine culturel*, Paris, Anthropos-Economica, 2000 ; *Arts et artistes au miroir de l'économie*, Paris, Éditions de l'Unesco, 2001 ; *le Développement local*, La Tour-d'Aigues, Éditions de l'Aube, 2002.

Les tarifs de la culture

Sous la direction de François ROUET



Octobre 2002

384 p.

ISBN 978-2-11-005275-9

20 €

Comment fixer les tarifs pour entrer dans les musées et les monuments, pour emprunter en bibliothèque, pour assister à un spectacle ? Ceux qui sont pratiqués sont-ils trop élevés ? La gratuité est-elle toujours de mise ? Que faut-il attendre de l'arme tarifaire pour toucher un public peu familier de ces lieux culturels subventionnés ? Autant de questions récurrentes qui se sont trouvées reposées par les décisions du ministère de la Culture lorsqu'en 1999 il a rendu le premier dimanche gratuit dans les musées et monuments nationaux et fixé le tarif du jeudi à 50 francs dans les théâtres nationaux. Questions également posées par les pratiques des institutions culturelles en la matière et par les efforts des collectivités qui, pour faciliter l'accès à la culture, promeuvent cartes et chèques culture.

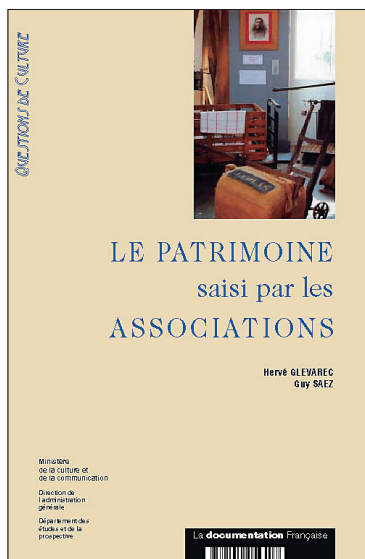
Le présent ouvrage cherche à apporter des réponses à ces questions. Il se place d'abord d'un point de vue économique, en s'interrogeant sur le mode de fixation des tarifs, en explicitant le comportement du consommateur face aux spécificités des produits culturels, en examinant les pratiques tarifaires des institutions culturelles avant de préciser les enjeux de

subventionner la demande. Puis, dans une seconde partie, une approche sectorielle offre une analyse des pratiques et politiques tarifaires et de leurs évolutions dans les musées, les bibliothèques publiques, les spectacles de variétés. On procède également à un examen des publics et de leurs comportements face aux incitations tarifaires (gratuité du premier dimanche, chèque culture Rhône-Alpes).

Ont participé à cet ouvrage sous la direction de **FRANÇOIS ROUET** : **ANNE-MARIE BERTRAND**, **OLIVIER CHAUDENSON**, **XAVIER DUPUIS**, **ANNE GOMBAULT**, **SABINE LACERENZA**, **SYLVIE OCTOBRE**, **CHARLES ROBILLARD** et **DELPHINE SAMSOEN**.

Le patrimoine saisi par les associations

Hervé GLEVAREC, Guy SAEZ



Août 2002

416 p.

ISBN 978-2-11-005240-6

20 €

Le goût pour le patrimoine est une véritable passion française. Loin d'être réductible à une politique d'État, il s'exprime quotidiennement, en tous lieux, et mobilise des amateurs qui en font l'objet de leur vie associative. Que font ces associations quand elles se saisissent du patrimoine ? En réalité, l'investissement autour du patrimoine est polymorphe, et la pluralité des usages sociaux est à la mesure de l'élargissement, sans limites perceptibles, de la notion. À la fois cadre de la mémoire, catégorie historique et esthétique, bien commun du groupe local, emblème territorial, dimension de l'action collective, le patrimoine est l'instrument d'un réaménagement de l'ordre du monde. À travers une enquête sur trois départements, cette recherche met à jour les ressorts sociologiques de l'intérêt patrimonial comme activité d'amateurs, dont l'investissement obéit autant au plaisir de faire qu'à la dette contractée envers les ancêtres et au devoir de transmission auprès des jeunes. Devant la fuite du temps, l'oubli, la disparition d'un monde ancien, le regard reste néanmoins lucide : à rebours du passéisme, il motive une dynamique sociale plus que jamais consciente d'avoir à réinventer chaque jour, inlassablement, sa mémoire et son territoire.

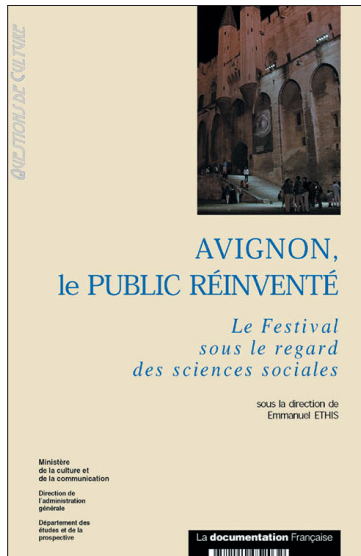
Hervé GLEVAREC, chargé de recherche au CNRS (Centre lillois d'études et de recherche sociologiques et économiques), a publié récemment *France Culture à l'œuvre. Dynamique des professions et mise en forme radiophonique*, Paris, Éditions du CNRS, 2001.

Guy SAEZ, directeur de recherche au CNRS, membre du CERAT, est spécialisé dans l'analyse des politiques publiques. Sa dernière publication (avec Armel Huet) : *le Règne des loisirs*, La Tour-d'Aigues, Éditions de l'Aube, 2002.

Avignon, le public réinventé

Le Festival sous le regard des sciences sociales

Sous la direction de Emmanuel ETHIS



Juin 2002
344 p.
ISBN 978-2-11-005203-1
20 €

Dès ses origines, le Festival d'Avignon s'est bâti en affichant une volonté originale dans la manière de « fabriquer » son public. L'objectif revendiqué par l'équipe Vilar était d'attirer dans l'ancienne cité des Papes des spectateurs écartés jusque-là du théâtre, auxquels il s'agissait de rendre le goût du spectacle vivant et de donner des motifs de curiosité pour l'art dramatique.

Qu'en est-il aujourd'hui, plus de cinquante ans après ? À quoi ressemblent les spectateurs d'Avignon en ce début de XXI^e siècle ? Forment-ils enfin cette communauté que Vilar avait imaginée ?

En s'appuyant sur une enquête de terrain conduite entre 1996 et 2001, cet ouvrage propose de partir à la découverte de ce public de la culture fort singulier que forment les spectateurs du Festival d'Avignon. Singulier par ses motivations, par ses pratiques, par ses désirs de rencontre, le public du festival se découvre ici, avec entre les mains, l'une des clefs majeures des renouvellements culturels à venir.

EMMANUEL ETHIS est directeur du Département des sciences de l'information et de la communication de l'université d'Avignon et des Pays de Vaucluse. Dans le cadre du laboratoire Culture et Communication de cette université, il se consacre principalement à l'étude comparée des publics de la Culture.

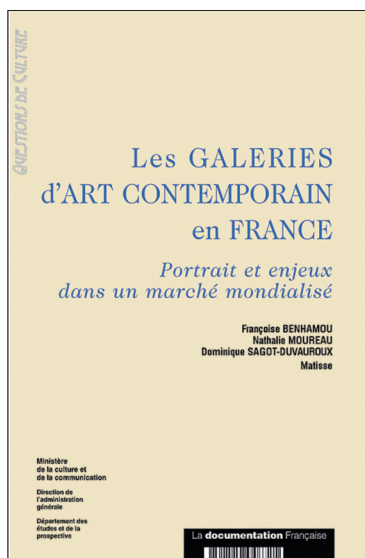
Ont participé à cet ouvrage : **JEAN-LOUIS FABIANI**, **FRÉDÉRIC GIMELLO-MESPLOMB**, **DAMIEN MALINAS**, **EMMANUEL PEDLER**, **MARIE-HÉLÈNE POGGI**, **OLIVIER ZERBIB**. ONT ÉGALEMENT COLLABORÉ : **DAVID BOURBONNAUD**, **JEAN-CLAUDE PASSERON** ET **PAUL VEYNE**.

Les illustrations sont de **SÉBASTIEN ROCH** et **PIERRE-LOUIS SUET**.

Les galeries d'art contemporain en France

Portrait et enjeux dans un marché mondialisé

Françoise BENHAMOU, Nathalie MOUREAU,
Dominique SAGOT-DUVAUROUX



Août 2001
208 p.
ISBN 978-2-11-004872-7
18 €

Si le galeriste est une figure essentielle du marché de l'art, illustrée par de grands noms, les entreprises culturelles que sont les galeries d'art contemporain son mal connues. C'est donc tout d'abord à leur « portrait » que s'attache ce livre, en établissant des données inédites, en analysant leurs marchés, leur fonctionnement, la manière dont elles ont traversé la crise du début des années 1990, leurs orientations esthétiques...

Cet ouvrage met également en évidence, dans un marché de l'art contemporain largement mondialisé, la fragilité des galeries et les difficultés qu'elles rencontrent dans leur mission de promotion des artistes vivants. La place croissante prise par les maisons de vente aux enchères, les tentations d'auto-organisation des artistes, les évolutions d'une création dont l'existence dépend d'une prise en charge de plus en plus coûteuse dessinent les principaux enjeux auxquels l'ensemble de ce secteur est confronté. Les auteurs décrivent enfin le rôle des pouvoirs publics, tant en matière de réglementation que de soutien, ses effets et la perception qu'en ont les acteurs.

FRANÇOISE BENHAMOU, NATHALIE MOUREAU ET DOMINIQUE SAGOT-DUVAUROUX sont économistes et chercheurs au Matisse – université Paris I.

Les emplois-jeunes dans la culture

Usages et enjeux d'une politique de l'emploi

**Marie-Christine BUREAU, Bernard GOMEL, Corinne IEHL,
Éliane LE DANTEC, Vincent LEMAITRE, Colette LEYMARIE,
Nicolas SCHMIDT, Bernard SIMONIN**



Novembre 2001

384 p.

ISBN 978-2-11-004-978-2

23 €

15 071, c'est le nombre d'emplois créés au 1^{er} janvier 2001 dans le domaine de la culture par les collectivités territoriales et par les associations principalement, à l'aide du programme « Nouveaux services – emplois-jeunes ». Ce succès s'explique par la vitalité des associations culturelles et par le désir des élus locaux de répondre à la demande sociale par des initiatives originales ; il exprime également la forte attractivité des métiers culturels auprès de la jeunesse.

Qui sont ces jeunes ? Quelle est leur formation ? Quel est leur salaire ? Quelles sont leurs attentes, leurs inquiétudes ? En quoi le programme favorise-t-il leurs projets ? S'appuyant sur une enquête de terrain préparée par une exploitation statistique du fichier national des embauches et réalisée de novembre 1999 à novembre 2000, ce livre analyse la diversité et la richesse du contenu des postes de travail, les rapports des jeunes avec les employeurs, leurs attentes communes sur le devenir des activités développées et sur la transformation de l'emploi-jeune en emploi pérenne.

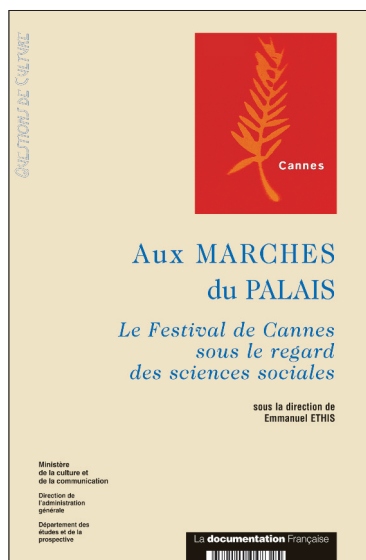
Ont collaboré à cet ouvrage, sous la responsabilité du Centre d'études de l'emploi (CEE) :

MARIE-CHRISTINE BUREAU, BERNARD GOMEL, CORINNE IEHL, ÉLIANE LE DANTEC, VINCENT LEMAITRE, COLETTE LEYMARIE, NICOLAS SCHMIDT, BERNARD SIMONIN.

Aux marches du palais

Le Festival de Cannes sous le regard des sciences sociales

Sous la direction de Emmanuel ETHIS



Avril 2001
264 p.
ISBN 978-2-11-004832-8
18 €

Parce qu'il est, depuis plus de cinquante ans, l'une des plus importantes manifestations médiatiques annuelles, le Festival international du film de Cannes n'a eu de cesse de véhiculer bon nombre de représentations du monde du cinéma. On y attache à la fois le clinquant des paillettes, des enjeux puissants pour les cinémas d'auteur et commercial, des stars sur tapis rouges, des joies et parfois aussi des déceptions. En ce sens, c'est l'un des moments les plus forts de l'année cinématographique, observé avec attention par tous les passionnés du septième art, mais aussi l'un des derniers grands rites culturels de nos sociétés contemporaines ; cet ouvrage se propose d'en observer et d'en comprendre le sens profond en confrontant la réalité du Festival à ses représentations.

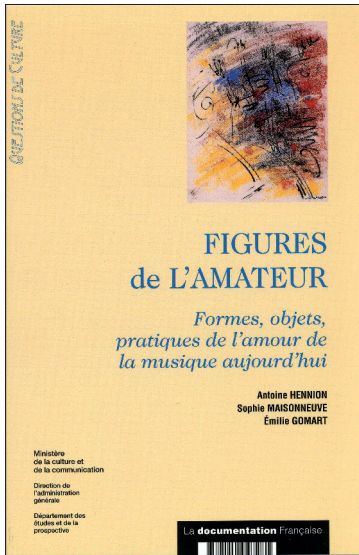
S'appuyant sur une enquête de terrain, le point de vue que nous avons adopté ici est très proche des spectateurs cinéphiles qui viennent à Cannes vivre leur passion ; c'est à leur côté que nous nous sommes proposé de vivre la « grand-messe » du cinéma mondial, tout en découvrant peu à peu la force intime de ce qui constitue leur personnalité de spectateur.

EMMANUEL ETHIS est responsable du Département communication de l'université d'Avignon. Sociologue, il se consacre principalement à l'étude du cinéma et de ses publics.
Ont collaboré à cet ouvrage : **JACQUES CHEYRONNAUD, ÉLISABETH CLAVERIE, JEAN-LOUIS FABIANI, FRANÇOIS JOST, PASCAL LARDELLIER, EMMANUEL PEDLER, MARIE-HÉLÈNE POGGI, OLIVIER ZERBIB.**

Figures de l'amateur

Formes, objets, pratiques de l'amour de la musique aujourd'hui

Antoine HENNION, Sophie MAISONNEUVE, Émilie GOMART



Décembre 2000

284 p.

ISBN 978-2-11-004728-3

15 €

Qu'est-ce qu'un amateur de musique classique ? Comment vit-il sa passion ? De quels dispositifs s'entoure-t-il pour la provoquer et l'atteindre ? Quelle est sa place dans le développement moderne de la musique ?

Voilà les questions que les auteurs de ce livre mettent au centre de leurs recherches et de leurs réflexions. À travers une minutieuse enquête de terrain et au moyen d'hypothèses de travail aussi audacieuses que solidement étayées, c'est à une vaste révision de nos conceptions classiques qu'ils nous invitent.

Leur recherche est une traversée. Des idées de la sociologie classiques à celles de l'esthétique, de l'histoire de la musique aux notions spontanées sur l'amateur, elle brasse et réorganise tout notre paysage intellectuel pour parvenir au cœur de son objectif : décrire l'amateur et sa passion, non pas comme la marge naïve du monde musical, mais comme son centre de gravité moderne et le principe même de son évolution aujourd'hui.

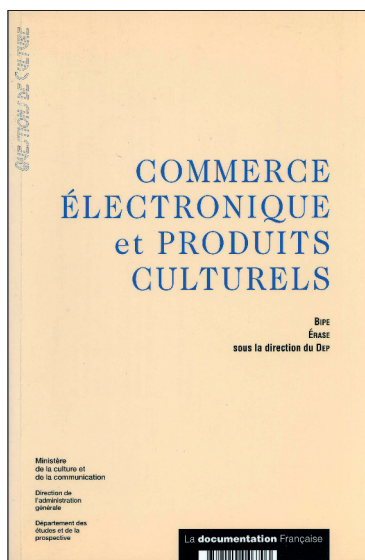
ANTOINE HENNION est directeur du Centre de sociologie de l'innovation de l'École des mines de Paris.

SOPHIE MAISONNEUVE est musicologue et sociologue.

ÉMILIE GOMART est sociologue.

Commerce électronique et produits culturels

Bipe, Erase, sous la direction du DEP



Décembre 2000

284 p.

ISBN 978-2-11-004670-8

15 €

Le commerce électronique bouleverse le fonctionnement et l'économie de tous les secteurs qui sont aujourd'hui concernés par lui. La culture est l'un de ces secteurs : modes de consommation, rémunération des acteurs, concentration des capitaux, trajectoires professionnelles, etc. ne sont que quelques exemples de ce qui est en train de changer.

Ce sont les produits éditoriaux qui sont les premiers concernés : disque, livre, vidéo et cédéroms. L'étude de ce qui se passe dans le secteur culturel, en mettant en évidence ce qu'il y a d'exemplaire et de précurseur en termes d'évolutions sociales et économiques, transcende le simple intérêt sectoriel.

Quelle est la situation actuelle ? Quelles évolutions sont prévisibles ? Ces questions ont été posées par le Département des études et de la prospective du ministère de la Culture et de la Communication aux chercheurs du Bipe et à des chercheurs en poste aux universités de Metz et de Nancy. Ceux-ci, à l'aide du panorama qu'ils ont dressé de la situation française et dans le monde, d'une vaste étude documentaire et de nombreux entretiens auprès de profession-

nels de la distribution et de la production de produits culturels éditoriaux, ont tenté de mettre en évidence les perspectives de développement et les facteurs d'incertitude afin de dégager des scénarios possibles d'évolution.

MARC MINON, directeur du département Communication du Lentic (Université de Liège) travaille en particulier sur l'impact du développement de l'internet sur les industries culturelles et de la communication.

LAURENT GILLE, directeur du département Média-Télécom du Bipe, développe une approche économique transversale sur les mécanismes de l'échange entre entreprises et sur l'intelligence sur les réseaux.

ALAIN QUEMIN et **CLARA LEVY**, professeurs agrégés des sciences sociales et docteurs en sociologie, sont maîtres de conférences respectivement à l'université de Marne-la-Vallée et à l'université de Metz.

JOCELYN PIERRE, ingénieur de recherche, est chargée des études sur le multimédia et l'internet au Département des études et de la prospective.

Les arts de la rue

Portrait économique d'un secteur en pleine effervescence

Elena DAPPORTO, Dominique SAGOT-DUVAUROUX



Août 2000
416 p.
ISBN 978-2-11-004636-8
22 €

Depuis les années 1970, les artistes de toutes disciplines – comédiens, danseurs, musiciens, plasticiens, artistes de cirque – sont de plus en plus nombreux à travailler « en rue ». Près d'un millier de compagnies ont aujourd'hui fait, en France, le choix de l'espace public. Corollaire de cet essor, les « manifestations », festivals de rue et autres temps forts, se comptent aujourd'hui par centaines.

Nébuleuse ou archipel d'une extrême hétérogénéité, les « arts de la rue » forment pourtant un secteur singulier, en pleine effervescence, qu'unit et gouverne une logique économique d'ensemble.

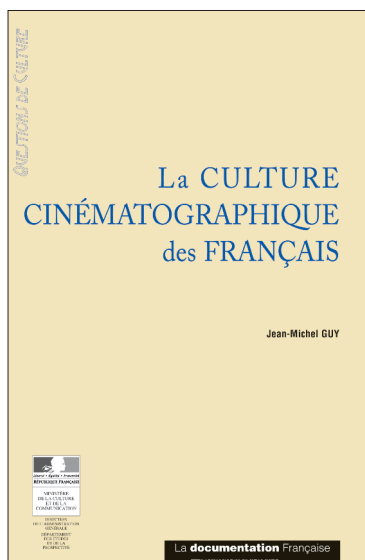
Conduite auprès d'un échantillon représentatif de compagnies travaillant en rue (exclusivement ou partiellement) et d'organisateur de manifestations de rue, la présente étude met en évidence les caractéristiques communes du domaine (économie fondée sur la vente, la solidarité, l'adaptabilité, mais aussi une certaine précarité), et les modèles économiques qui orientent les stratégies des acteurs (la grande troupe, la « petite entreprise familiale », le travail en solitaire). Elle examine aussi les effets qu'exercent sur la vie des compagnies des politiques publiques aux ambitions souvent contradictoires, incluant pêle-mêle soutien à la création, lutte contre l'exclusion, animation festive ou encore promotion touristique des villes.

ELENA DAPPORTO est chargée de mission (Arts du cirque, de la rue et de la marionnette) au sein du ministère de la Culture et de la Communication.

DOMINIQUE SAGOT-DUVAUROUX est économiste et chercheur au Matisse – université Paris I.

La culture cinématographique des Français

Jean-Michel GUY



Août 2000
352 p.
ISBN 978-2-11-004620-8
22 €

Au moyen d'une enquête par sondage, conduite auprès d'un échantillon *a priori* représentatif de quelque 1 500 Français âgés de 12 ans et plus, on a cherché à estimer l'étendue et la structure du capital de références cinématographiques dont disposent les Français et à en identifier les conditions de formation.

Au-delà de l'existence d'une cinéphilie érudite, qui concerne environ 1,5 million de personnes, l'étude montre que les Français ont en partage un ensemble de références cinématographiques fort variées. C'est surtout par la diffusion des films à la télévision que s'est formé ce patrimoine collectif, qui transcende les différences de goûts. Aujourd'hui la cassette vidéo prend le relais : objet d'intenses échanges, elle fait aussi accéder le film au rang d'objet de collection.

Bien sûr, les différentes générations n'entretiennent pas le même rapport au cinéma, et certains facteurs, comme un haut niveau d'instruction ou le fait de vivre à Paris, favorisent globalement l'acquisition d'une culture cinématographique étendue.

Mais on est surtout frappé par l'extrême hétérogénéité sociale des publics : par le double jeu de la télédiffusion et de la vidéo, les films qui n'attirent en salle, au moment de leur sortie, que des publics « ciblés », finissent, avec le temps, par intéresser des Français de toute condition.

Le cinéma, art populaire par excellence, est aussi une « culture commune », un lien social puissant entre les Français.

JEAN-MICHEL GUY est chargé d'études au Département des études et de la prospective du ministère de la Culture et de la Communication.

Directeur de la publication : le chef du Département des études, de la prospective et des statistiques
Responsable de la publication : Edwige Millery

Retrouvez l'ensemble des publications du DEPS en ligne :
<http://www.culture.gouv.fr/Etudes-et-statistiques>
http://www.cairn.info/editeur.php?ID_EDITEUR=DEPS
<http://books.openedition.org/deps/>

Le DEPS n'assurant pas de diffusion physique de ses collections de synthèse, nous vous proposons de vous informer régulièrement des parutions par message électronique.

Pour ce faire, merci de bien vouloir nous communiquer votre courriel à l'adresse
contact.deps@culture.gouv.fr

Fabrication : **Transfaire**
04250 Turriers
www.transfaire.com



Le Département des études, de la prospective et des statistiques du ministère de la Culture et de la Communication publie ses ouvrages dans trois principales collections, « Questions de culture », « Chiffres clés » et « Atlas de la culture ». Ce catalogue chronologique présente les quelque cinquante titres parus depuis 2000, qui offrent un large panorama des enjeux propres au champ culturel.

« Questions de culture » restitue les résultats de travaux d'études et de recherche réalisés par le DEPS ou menés sous sa direction. Ouvrages thématiques de référence sur les questions de l'emploi et des professions culturelles, des usages et pratiques et de l'économie de la culture, les textes publiés dans cette collection rendent compte d'une connaissance des phénomènes culturels contemporains et fournissent des outils pour penser leur évolution.

Publication de référence à périodicité annuelle, « Chiffres clés » présente, pour chaque domaine culturel, un ensemble de données de cadrage socio-économiques qui apportent les repères nécessaires à la compréhension des principales caractéristiques et des grandes tendances des secteurs culturels.

Née en 2017, la toute dernière collection du DEPS, « Atlas régional de la culture » réunit un vaste ensemble de données relatives à la culture, disponibles au niveau national et permettant une exploitation territorialisée : dépenses de l'État et des collectivités territoriales, entreprises culturelles, emploi et professions, équipements culturels, etc. Cette collection apporte des points de repère et de comparaison indispensables à la construction de politiques publiques.

Retrouvez toutes les publications du DEPS, classées par ordre chronologique, par collection et par thématique :

www.culture.gouv.fr/Etudes-et-statistiques