

culture & recherche

septembre
octobre
1998
N° 68

sommaire

Actualité de la recherche 2

Dossier 3

L'économie de la culture

- L'approche économique de la culture :
esquisse d'un bilan *par François Rouet*
- Le cinéma français :
les enjeux actuels d'une industrie culturelle
par Jean-Marc Vernier

Calendrier 11

A Lire 12



Club Multimédia et Hauts Débits

Le 6 Février 1998, a été lancé à la Cité des Sciences et de l'Industrie le Club Multimédia et Hauts-Débits. Le haut débit permet, grâce à des technologies comme la fibre optique ou la transmission ATM, le transfert de très gros flux d'information entre serveurs et utilisateurs. Il s'agit de "développer des contenus tirant parti des possibilités de ces nouveaux médias, de produire des outils et de développer les savoir-faire pour mettre en œuvre ces technologies, de définir des attentes et des besoins par rapport aux opérateurs de réseaux et aux éditeurs électroniques dont les politiques techniques et commerciales sont encore incomplètement formées". La Cité des Sciences et de l'Industrie a proposé la création d'un club utilisateur, le Club Multimédia et Hauts Débits (Club MHD) destiné à "dynamiser, harmoniser et renforcer les actions des collectivités territoriales, des établissements publics, des associations ou des organismes, en vue du développement de centres de ressources et services multimédias dans les domaines de l'enseignement, de la culture, de l'intégration sociale et citoyenne et de la formation professionnelle". A cet effet une Charte définit les missions, l'organisation et les modalités de fonctionnement du Club ainsi que les conditions d'adhésion. Le Club se réunit régulièrement pour procéder à des échanges d'information sur les projets et les programmes nationaux et internationaux qui ont trait à cette question. Lors de la réunion du 19 Juin 1998, Jean-Pierre Dalbéra, chef de la Mission de la recherche et de la technologie y a présenté la politique multimédia du Ministère de la culture et de la communication

Renseignements :
M. Simon Monneret
Directeur Délégué à la Valorisation
et à l'Action Régionales
Cité des Sciences et de l'Industrie
30 avenue Corentin Cariou
75930 Paris Cedex 19
Tél : 01 40 05 74 54, Fax : 01 40 05 70 79 Miel :
ddvar@cite-sciences.fr

Les prix de la culture scientifique et technique

Créés en 1994, ces prix valorisent les actions de diffusion de la recherche en direction du grand public. Ils sont au nombre de quatre : le Prix Laboratoire, le Prix Auteur, le Prix Création et le Prix de l'Information scientifique et technique. Les dossiers de candidature sont à retirer avant le 10 Septembre.

Contact :
MENRT
Direction de la recherche
1, rue Descartes
75231 Paris cedex 05
Tél : 01 46 34 36 21

L'intranet Réseau de la recherche. Un exemple de partage d'expertise

*L'arche de Noé,
peinture murale de l'abbaye
de Saint-Savin-sur-Gartempe, Vienne.
Phototype Inventaire Général
Alain Maulny 1994
(C) ADAGP*

Avec l'avènement du numérique, les institutions culturelles ont un rôle fondamental à jouer dans la constitution et la transmission des nouvelles formes de mémoire collective.



Bilan des activités scientifiques et de documentation des services régionaux et de la sous-direction de l'Inventaire général

Ce bilan qui porte sur l'année 1997 présente les travaux de l'administration centrale et des services régionaux ainsi que le bilan national de l'Inventaire et de la documentation du patrimoine.

Il peut être consulté sur rendez-vous au Centre de documentation Sous-direction de l'Inventaire général et de la documentation du Patrimoine
Hôtel de Vigny
10-12 rue du Parc Royal
75003 Paris
Tél : 01 40 15 75 50

Sélection des corpus à numériser, programmation de contenus, définition des modes d'accès, expérimentation de nouveaux usages : autant de choix qui sont déterminants pour la démocratisation de la culture.

Ainsi a été lancée en 1995, à l'initiative de la Mission de la recherche et de la technologie, avec l'aide financière de la DATAR, la politique de numérisation du Ministère de la culture et de la communication sur les fonds patrimoniaux situés dans les régions.

Ce plan de numérisation, qui porte sur les fonds iconographiques et sonores des services de l'Inventaire général, de l'archéologie, des musées, des bibliothèques municipales et des archives départementales constitue un moyen de normalisation des procédures tant administratives (passation de marchés de numérisation) que techniques (contrôle de qualité...).

Afin d'accompagner les acteurs de projet dans la conduite des opérations de numérisation, un nouveau service intitulé "*La numérisation du patrimoine culturel*" est désormais accessible en ligne.

Il offre une bibliothèque d'informations et de textes techniques et juridiques ainsi que des données sur la politique générale et les programmes de numérisation.

Publié à l'occasion du stage de l'École nationale du patrimoine, "La numérisation des images : la décision, les techniques, les financements" (mars 98), ce corpus a bénéficié des contributions de plusieurs spécialistes du ministère (Mission de la recherche et de la technologie, Département de l'organisation et des systèmes d'information, Sous-direction des affaires juridiques, Inventaire général).

Cette collection de documents est appelée à se développer, avec la présentation des plans de numérisation d'autres services et établissements, et à devenir un carrefour d'échange d'informations et de partage des savoir-faire.

Ce service fait partie de l'intranet "Réseau de la recherche" ouvert à la communauté de recherche. Outre les informations de base (politique de la recherche, emplois recherche, actualités...), l'intranet est appelé à devenir le support de diffusion de l'expertise de spécialistes.

L'intranet Réseau de la recherche
<http://www.culture.gouv.fr/culture/mrt/mrt.htm>
La numérisation du patrimoine culturel
<http://www.culture.gouv.fr/culture/mrt/numerisation/index.htm>

Huiles essentielles et conservation des œuvres d'art

La Mission de la recherche et de la technologie du Ministère de la culture et de la communication organise avec le CNRS les 2 et 3 Décembre, à Paris, un colloque intitulé "Nouvelles approches dans l'assainissement de l'environnement par des actifs d'origine végétale appliquées à la conservation des biens culturels".

Renseignements :

Astrid Brandt
Mission de la recherche et de la technologie
Ministère de la culture et de la communication
3 rue de Valois
75042 Paris Cedex 01
Tél : 01 40 15 80 45
Fax : 01 40 15 83 84
Mél : brandt@valois.culture.fr

François Henry
CNRS
2 rue Henri Dunan
94320 Thiais
Tél : 01 49 78 11 49
Fax : 01 49 78 13 23
Mél : Henry@sivet1.gvt-cnrs.fr

L'ÉCONOMIE DE LA CULTURE

L'approche économique de la culture : esquisse d'un bilan

Dossier

La culture et l'économie sont des domaines qui ont longtemps semblé étrangers et antinomiques. Cette opposition est le fruit d'une vision de la place de l'art et surtout de l'artiste dans la société : fortement liée au romantisme, elle laisse accroire que l'artiste n'est grand que maudit et méconnu, que le succès rime avec facilité voire médiocrité, comme si le fait d'être économiquement performant ne pouvait que s'opposer à l'excellence esthétique et artistique.

Dans les années 80 des évolutions sont venues converger avec une volonté politique forte pour affirmer l'importance économique de la culture et tirer parti des synergies possibles entre développement économique et dynamisme culturel. Ce mouvement a eu l'apparence et la soudaineté d'un mouvement de mode (1). Une approche économique de la culture s'est ainsi développée qui recherchait une visibilité de la part des acteurs culturels comme des économistes et dans laquelle le Département des études et de la prospective a joué un rôle d'animation.

Aujourd'hui une bonne part de ce mouvement de mode est retombé car, fruit de son succès, les aspects novateurs qu'il portait ont été assimilés et banalisés : il a perdu l'attrait de la nouveauté. C'est l'occasion de s'interroger sur la gestion des activités culturelles et sur l'état d'avancement du savoir économique sur la culture.

La première question, celle de "l'économie culturelle", c'est-à-dire le management, la gestion, le marketing de la culture, n'a finalement guère été approfondie mais, malgré quelques propos dissonants, on s'accorde généralement à considérer que la gestion des activités culturelles et artistiques se fait de manière de plus en plus professionnelle. Une telle évolution est en phase avec l'importance croissante prise par l'économie et renouvelle le débat sur la rivalité qui existerait entre logiques gestionnaires et logiques artistiques.

On s'intéressera ici plus particulièrement à la seconde question, celle de l'état du savoir économique sur la culture, "l'économie de la culture".

I. Les premiers pas de l'économie de la culture

Alors que les arts et la culture paraissaient encore rebelles par nature à toute approche économique, dès les années 60, des économistes firent des incursions dans ce domaine. Il est vrai que les arts - plutôt que la culture puisqu'il s'agissait essentiellement d'économistes anglo-saxons - semblaient offrir une "niche" possible pour des économistes en quête de spécialisation. Mais ce furent surtout des économistes pas-

sionnés d'un domaine artistique particulier qui en firent une sorte de "jardin secret". Leur familiarité avec le secteur était de nature à vaincre les éventuelles résistances des milieux culturels concernés ainsi que leurs propres réticences à appliquer leur discipline à leur passion.

Ces démarches, au demeurant peu nombreuses, restèrent assez confidentielles jusqu'à ce que Baumol et Bowen réalisent, il y a 30 ans, leurs célèbres travaux mettant en avant la "maladie des coûts" ("cost disease") dont serait affligé le spectacle vivant. Ces travaux ont fait date. Ils marquent la véritable émergence d'une approche économique de la culture tout au moins aux yeux des milieux culturels et des économistes. Il s'agissait d'un travail de "lobbying," commandé, aux Etats-Unis, par le "National Endowment for the Arts" (NEA) afin de justifier la nécessité d'un soutien financier au spectacle vivant. Désormais la question de la spécificité des activités artistiques au regard de l'économie se trouve posée. Vingt ans plus tard Baumol lui-même donnera une portée beaucoup plus générale à son argumentation et fondera la spécificité du spectacle vivant.

L'interrogation sur la spécificité de la culture au regard de l'économie et de ses logiques générales et la problématique de la politique culturelle se retrouveront par la suite en permanence dans les travaux d'économie de la culture. La mise en avant récurrente de l'exception culturelle face aux règles de droit commun du commerce et des échanges se situe d'ailleurs à l'intersection de ces deux points de vue.

II. Les efforts d'institutionnalisation

Dans les années 80, cette "réconciliation" entre économie et culture, l'importance accordée à une culture au champ élargi au cœur d'une société en crise et le regain d'une volonté politique en matière culturelle vont créer un contexte favorable pour répondre aux questions nouvelles que se posent le Ministère de la culture et les décideurs culturels.

Pour le Service des Etudes et Recherches du Ministère de la culture (SER), devenu en 1987 Département des études et de la prospective (DEP), il s'agissait de développer des outils adéquats et de susciter la constitution d'un corps de savoirs pertinents dans la démarche de type "études et recherche" qui lui est habituelle et quasiment constitutive. Cette stratégie a été mise en œuvre en partenariat avec l'Association pour le développement et la diffusion de l'économie de la culture (ADDEC) qui se crée à cette époque et vise à faire se rencontrer chercheurs, professionnels et décideurs politiques. Cette démarche permet de tirer profit de l'intérêt que suscite ce type de travaux, d'instruire leur pertinence, de favoriser leur développement et leur valorisation. Cette démarche était également adaptée à la faible ampleur du milieu de la recherche : dans cette phase d'émergence, le Ministère avec ses moyens et sa capacité de financement et d'action constitue un pôle de référence pour les recherches universitaires qui sont certes déjà significatives, en particulier à Paris I, mais souvent dispersées.

Durant cette période, l'accent est mis sur l'organisation de rencontres et de débats fondateurs dont les actes sont destinés à servir de référence (*Journée d'étude sur l'économie du théâtre*, Avignon 1982 ; colloque *L'économie du spectacle vivant et l'audiovisuel*, Nice 1983 ; *Assises sur l'économie de la culture*, Ministère de la recherche, Paris 1985 ; *Conférence internationale sur l'économie de la culture*, Avignon, Mai 1986 et une série de journées thématiques organisées à partir de 1984).

III. Les acquis

Ces travaux ont permis une meilleure appréhension globale du "poids économique" de la culture et des avancées sectorielles qui vont progressivement s'étendre à l'ensemble des domaines de la culture.

"Et la culture fut pesée"

L'effort de structuration statistique, entrepris au SER, depuis le début des années 70, a débouché sur le regroupement cohérent d'un vaste ensemble de statistiques produites souvent de manière dispersée, ensemble complété par plusieurs enquêtes menées directement sous l'impulsion du SER. Le développement réel de l'information quantitative n'a cependant pas suffi à répondre aux besoins d'un système d'information plus précis, plus cohérent et surtout plus interprétable.

Il est significatif à cet égard que les projets de "compte satellite" n'aient pu se concrétiser de manière satisfaisante faute d'une information suffisante sur l'ensemble du champ culturel. D'autant qu'une *fonction économique* de la culture - au-delà de son poids - aurait beaucoup de mal à être définie, quand bien même on s'accorderait sur son champ exact.

Repris à un niveau plus fin dans les études dites d'impact, ce questionnement sur l'importance économique de la culture a reçu une réponse mitigée qui souligne les difficultés de telles approches quantitatives à prendre en compte tous les enjeux du développement des activités culturelles. Telle est la conclusion essentielle du bilan de ce type d'approche menée fréquemment en Amérique du Nord. En France, cette méthodologie qui aura été testée dès 1967 par le SER, ne connaîtra qu'une utilisation limitée (Avignon, Marciac...) De toute évidence, la problématique de la contribution de la culture au développement ne peut se limiter à l'approche quantitative. (Dupuis).

Les économies sectorielles

Les avancées en matière d'économie sectorielle concernent les deux sous-ensembles cohérents que constituent le spectacle vivant et les industries culturelles mais aussi les arts plastiques, le patrimoine et les musées.

- Du côté du *spectacle vivant*, la problématique "baumolienne" s'est poursuivie. Testée sur le cas français, elle a donné lieu à des approches alternatives ou complémentaires : "surqualité" (Dupuis), "structures techno-esthétiques" (Leroy), analyse du "subventionnement" dans le domaine théâtral et dans le cas des musées (Busson, Sagot-Duvaurox, Langrand-Lescure, Paulus).

Les débats sur la pertinence du soutien aux arts et à la culture se poursuivent dans les milieux anglo-saxons (Blaug, Frey-Pommerehne, Peacock, Grampp) et trouvent une expression privilégiée dans le "Journal of Cultural Economics". Mais au-delà des éclairages que peuvent apporter les analyses et les argumentaires de la science économique, le dernier mot n'en revient pas moins au politique. La formule de l'économiste américain Margolis est claire à cet égard : pour décider s'il est préférable ou non de vivre dans une société avec plus d'art et de culture, il est inévitable de plonger "dans les eaux glauques de la sociologie politique" (2).

- En ce qui concerne les *industries culturelles*, les travaux se sont orientés vers des approches sectorielles pour le livre, le disque, la presse, le cinéma ou la télévision. Cela n'a pas empêché que se développent des analyses générales que ce soit d'un point de vue idéologique ou politique ou simplement à partir du constat de la "globalisation" des industries culturelles.

Dès le milieu des années 70, les *approches sectorielles* se sont développées en référence aux concepts de l'économie industrielle (filière, concentration, barrières à l'entrée, ...) avec l'apparente facilité que permettait le caractère industriel et très largement marchand des industries culturelles.

Ces approches se sont avérées fructueuses particulièrement lorsque l'impulsion et les résultats des travaux pouvaient rapprocher la tutelle et les professionnels du secteur dans une réflexion commune, voire une sorte de "partenariat tutélaire" : c'est le cas dans le livre et le cinéma avec les rôles respectifs de l'Observatoire de l'économie du livre et du Centre national de la cinématographie. Dans la même perspective, les rapports et travaux des commissions (Cahart, Malécot...) furent de réels apports à la compréhension économique de ces secteurs. Il en a été de même en ce qui concerne la presse (Toussaint, Charon...). A contrario, le disque, à la tutelle plus tardive et moins assurée, a fait l'objet de travaux moins diversifiés (D'Angelo, Castagnac...) sauf quand il était englobé dans l'ensemble du domaine musical (Bipe, Moati-Brousseau). L'analyse de l'audiovisuel a longtemps pâti de la prédominance du secteur public en France et les travaux économiques n'ont connu de véritable essor qu'avec la dérégle-

l'heure où le marché semble commencer à sortir de son marasme mais connaît d'importantes transformations, on comprend l'intérêt d'approfondir et de réactualiser de telles analyses (3).

- Le domaine du *patrimoine* est l'un de ceux où l'articulation culture/économie semblait la plus prometteuse en raison des potentialités touristiques du secteur pour le développement local et le rééquilibrage de la balance des paiements et des besoins générés par la restauration et l'entretien d'un très vaste parc de monuments historiques. L'ampleur des attentes n'a cependant pas suscité d'analyses approfondies. On en est resté aux cadrages ou réflexions préalables (Greffé, Dupuis, Benhamou) jusqu'à ce que de nouvelles pistes soient testées comme la notion de bassin patrimonial. La poursuite de tels travaux est importante d'autant qu'entre temps s'est développée une capacité d'expertise et d'ingénierie disposant d'un marché solvable mais sans véritable réflexion théorique.

- Le champ des *musées* possède des parentés avec celui du patrimoine. On y retrouve les problèmes d'attribution d'une valeur au "non-vendable", de valeur d'option et de transferts intergénérationnels. Ici aussi l'approche doit être à la fois globale et typologique sur un champ hétérogène, ce qui est délicat à mettre en œuvre. On y observe enfin la même capacité d'expertise dans la définition et la mise en œuvre des projets muséaux sans lien avec un savoir économique.



Réunion de musiciens. F. Puget. Musée du Louvre. RMN.

mentation des années 80 (Le Diberder, Regourd, Kopp, Jezechiel et alii, Paracuellos...)

Les *approches globales* se sont développées très précocement (Miège et alii...) avec la "découverte" du rôle grandissant des industries culturelles et des défis qu'elles posent à la politique culturelle. Elles se sont poursuivies par l'analyse des modalités de l'intervention publique dans des champs peu adaptés aux procédures traditionnelles de la politique culturelle (Rouet).

- Dans le domaine des *arts plastiques*, l'emballement du marché à la fin des années 80, avant le krach de 1990, a contribué à susciter des travaux sur les enchères publiques, la cote des artistes et le suivi synthétique des transactions (Gerard-Varet, Chanel, Ginzburgh...). Mais l'apport principal est du côté de l'analyse des particularités des marchés artistiques, de la production de la valeur et de la construction de la notoriété (Pflieger, Rouget, Sagot-Duvauroux). A

IV. Thématiques et problématiques nouvelles

Des thématiques et problématiques nouvelles devraient alimenter les études et recherches à venir, notamment par des approches transversales (4)

La thématique de la demande

La thématique de la demande n'a pas été prise suffisamment en compte. L'économie de la culture est en fait une économie qui s'intéresse essentiellement à l'offre. En effet, une des spécificités des productions culturelles est leur caractère innovant ou tout au moins leur référence à l'innovation. Or pour des produits nouveaux c'est "l'offre qui crée la demande" selon la formule consacrée. Le subventionnement aussi, qui concerne toute une part des activités culturelles, privilégie les acteurs de l'offre plutôt que des publics plus difficiles à appréhender même s'ils suscitent une attention renouvelée.

Tout concourt à un "oubli de la demande", politiquement inacceptable et scientifiquement dommageable. Il convient de dépasser cette situation sous peine de laisser croire qu'il existerait une sorte de Yalta disciplinaire attribuant la demande au sociologue et laissant l'offre à l'économiste. En 1990-91, le

DEP a lancé un appel d'offres, une des premières tentatives pour analyser la demande culturelle d'un point de vue économique, avec le souci de faire converger les contributions de l'économie, de la sociologie et du marketing. Les premiers résultats ont porté sur les différences de comportement "assidus-occasionnels" (Lévy-Garboua), le rôle des individus dans une économie "passionnelle" qui peut régir la demande mais aussi l'offre dans des domaines comme le romanesque ou le théâtre (Moati et alii) ou encore la perception/cognition des genres. Mais deux questions essentielles restent à approfondir, celle de la formation des préférences et de l'acquisition d'une capacité d'expertise ou de discernement et celle des processus décisionnels. Les apports des travaux de G.Becker et de Lancaster sur la théorie dite du nouveau consommateur, la notion de capital humain et une insistance nouvelle sur le rôle de l'information sont un premier jalon. Ces travaux ont d'ailleurs inspiré les premières thèses qui furent soutenues en économie de la culture (Dupuis, Benhamou).

On aborde là deux problèmes de voisinage et d'articulation que rencontre l'approche économique de la culture.

- Le premier a trait aux rapports avec la sociologie. La notion de capital est à cet égard significative : fondamentalement économique et développée en termes de capital humain, cette notion a été reprise par la sociologie de la culture en termes de capital culturel par

opposition au capital économique. D'ailleurs la réflexion sur les rapports économie-sociologie est plus développée de la part des sociologues que des économistes (Menger par exemple). Si l'on a parlé souvent de socio-économie de la culture, c'est moins par référence à ce courant stricto sensu ou par un syncrétisme de facilité que par souci d'une véritable convergence des apports respectifs.

• Le second réside dans les rapports avec les professionnels, dont le savoir est issu de la pratique, et les chercheurs en gestion et en marketing qui analysent et théorisent cette pratique. Le dialogue n'est évidemment pas immédiat avec les premiers car il est toujours malaisé de rendre compte d'une pratique professionnelle quotidienne. Même l'observation ethnologique (Bouvaist) rencontre des difficultés. En effet, toute information relative à une entreprise est fréquemment considérée comme stratégique et privative.

Entre les économistes de la culture et les chercheurs en gestion ou en marketing des arts, il existe traditionnellement une coupure dans le monde anglo-saxon. Il en va de même en France même si elle est moins nette. Ceci n'exclut pas des voisinages et des confrontations utiles (colloque AIMAC, Jouy en Josas, 1993). Il serait nécessaire d'instaurer et d'entretenir des modalités de dialogue pour que la démarche des économistes de la culture trouve sa place au regard des pratiques et des réflexions sur la gestion et l'administration de la culture.

La question du prix

Une des questions essentielles de l'économie de la culture est celle des prix et des tarifs. Cette question a connu un regain d'intérêt ces dernières années. Ceci s'explique par le fait que les tutelles sont de plus en plus attentives aux implications de leur subventionnement en termes d'élargissement des publics et que les institutions culturelles sont confrontées à des publics de plus en plus "volatils". Il s'agit d'une interrogation politique forte liée à la démocratisation de la culture. C'est une sorte de "point aveugle" des politiques d'offre, tant il est difficile d'apprécier correctement l'importance du prix ou du tarif par rapport aux déterminations sociales et culturelles.

On se gardera cependant d'autonomiser cette question. En effet, les marchés culturels sont moins, pour reprendre la terminologie de L. Karpik, des "marchés-prix" que des "marchés-jugement" sur lesquels la question cruciale est bien de produire la qualité et de certifier la valeur pour des produits de contenus qui ne sont en fait que des "promesses d'usage". De plus, pour les services culturels non-marchands (spectacle vivant, écoles de musique, bibliothèques,...), la tarification ne saurait traduire les coûts, malgré une fonction essentielle de signal à l'égard du public. Il faudrait développer une approche micro-économique empirique, proche du marketing et de la psycho-sociologie des publics qui sache tenir compte de la proximité et de la diversité des contenus.

Un ensemble coordonné d'analyses permettrait d'avancer sur cette question : examen des évolutions concomitantes entre prix et tarifs dans les institutions culturelles, suivi approfondi d'expériences significatives en matière de "manipulation tarifaire" (gratuité ponctuelle régulière ou avantages exceptionnels comme pour la fête du cinéma,...) et de mise en place d'outils du type "cartes", "chèques", investigation sur les représentations du tarif et de la gratuité chez les usagers, et approfondissement de la notion du consentement à payer (Teboul-Champarnaud). C'est l'objet d'un programme du DEP en préparation.

De nouvelles problématiques

L'approche économique de la culture devrait aussi apporter des éclairages sur des problématiques plus transversales, essentielles pour comprendre les mutations de la vie culturelle. Les exemples qui suivent sont issus de travaux réalisés sous l'impulsion du DEP.



Archives M.N.A.T.P. Collection H. Meillassoux

Une problématique qui s'est peu à peu affirmée est celle de l'événementiel. On la retrouve dans l'essor des festivals, la place prise par le succès et les productions "à succès" dans tous les secteurs, en particulier dans les industries culturelles (tubes, best-sellers, blockbusters,...) et enfin le développement du temporaire et des expositions en contrepoint de la permanence du patrimoine et des collections muséales. Des déclinaisons thématiques s'imposent sur lesquelles solliciter l'économie : les particularités du fonctionnement et de la gestion de l'événementiel, son articulation avec les structures permanentes, la répercussion sur les filières des logiques de "hit",... même si les instruments théoriques spécifiques (théorie des stars de Rosen,...) sont peu nombreux.

La problématique des modes de coopération entre agents dans les activités culturelles est un autre exemple. L'importance des associations, en particulier pour les pratiques amateurs, le développement des réseaux mais également le rôle essentiel des procédures de médiation sont des réalités culturelles de longue date. Ces modalités sont concurrentes et complémentaires de celles qui prévalent dans les entreprises et les institutions. Elles fonctionnent suivant des "logiques affinitaires" et sont souvent liées à des styles, des genres. Les "mondes de l'art" mis en lumière par le sociologue H. Becker se structurent dans leur fonctionnement en faisant intervenir les contenus. Sur ces questions qui interpellent également les sociologues, les économistes doivent prendre rang pour apporter des éléments d'intelligibilité. Et ceci d'autant mieux qu'ils ont su ces dernières années renouveler leur vision de la firme et des modes de coopération entre agents et ont développé des conceptualisations plus réalistes des marchés (Williamson, Simon, économie des conventions, de la grandeur,...) . C'est aussi l'occasion pour eux d'aborder de façon concrète les questions relatives aux contenus : jusqu'ici, il faut le reconnaître, les économistes s'étaient gardés d'intervenir sur ce sujet quitte à se trouver confinés dans un rôle d'explicitation des contraintes et des logiques de fonctionnement, comme si le bon fonctionnement économique n'était qu'un soubassement indépendant de la qualité des productions et du dynamisme de la vie culturelle. Or la réalité de la production et de la valorisation culturelle est beaucoup plus complexe comme le montrerait une approche en terme d'économie - voire d'écologie - de l'innovation.

D'autres problématiques seraient à définir pour contribuer à répondre de manière pertinente à des

préoccupations fortes et partagées : c'est le cas de la convergence entre culture et médias et du rôle des développements technologiques dans la culture. De telles problématiques sont indispensables pour dépasser des discours trop souvent incantatoires ou intéressés et solliciter l'apport des sciences sociales et en particulier de l'économie.

Ce bref survol des acquis de l'approche économique, et des interrogations qu'elle suscite, dessine les contours d'un bilan et d'une perspective contrastés mais surtout inhabituels : il y a quelques années, l'économisme ambiant a pu laisser croire que tout champ abordé par les économistes était irrésistiblement investi et conquis. Tel n'est pas le cas. La "résistance" de la culture face à l'approche économique n'est pas que défiance professionnelle et a priori idéologique, mais résulte de la spécificité même de l'art et de la culture qui est de porter une interrogation permanente sur le monde et sur nous-mêmes. L'économiste a posé la question : " mais comment cette interrogation est-elle produite, offerte, reçue ? " ; il a forgé des éléments de réponse à l'aide de ses outils habituels, obtenu des résultats significatifs mais pas toujours médiatiques. Surtout, il s'est refusé à les poser comme des conclusions péremptives, butant parfois sur la difficulté de généraliser dans des domaines marqués par l'extrême hétérogénéité des productions, conscient de pouvoir apporter des reformulations souvent éclairantes mais aussi de ne pas disposer à lui seul des clefs de compréhension de l'art et de la culture.

Les économistes ont eu très tôt l'intuition qu'aborder la culture serait une "épreuve" pour eux car ils seraient jugés à l'aune de leur apport à la compréhension de la culture et qu'ainsi les limites de leurs outils seraient mises en lumière. On comprend que, dans ces conditions, l'économie de la culture ne se soit pas développée suivant une logique disciplinaire autonome mais plutôt comme la construction d'une capacité de compréhension fondée sur un savoir économique au plus près des spécificités culturelles et des questionnements politiques correspondants. La structuration du milieu de la recherche s'est peut-être écartée de son acception habituelle mais l'économie de la culture y a certainement gagné en familiarité avec le sujet, en pertinence dans la démarche car l'approche économique de la culture semble bien devoir rester un objet de passion pour l'économiste. On mesure également la nature particulière de l'animation de la recherche qui incombe au Département des études et de la prospective au sein du Ministère de la culture et de la communication

pour conforter une approche qui soit à la fois proche des politiques culturelles et de la réalité des professionnels et des publics et attentive à l'apport des orientations de plus en plus plurielles d'une discipline.

François Rouet
Responsable des études
économiques au DEP

2 rue Jean Lantier
75001 Paris

NOTES

(1) François Rouet. *Les outils de l'économiste et la recherche culturelle. Colloque Recherche, art, culture. Sherbrook, Québec, Canada, Mai 1991*

(2) Voir Joëlle Farchy et Dominique Sagot-Duvaouroux. *Economie des politiques culturelles*. PUF, Paris, 1994. Cet ouvrage fournit un panorama détaillé de cette question.

(3) Pour une vision d'ensemble voir Bernard Rouget et Dominique Sagot-Duvaouroux. *Economie des arts plastiques*, L'Harmattan, Paris, 1997

(4) Sur les approches transversales voir Colloque YGREC-ADDEC, *approches comparatives en économie de la culture*, Paris, 1995. Pour une approche descriptive et analytique, voir Françoise Benhamou. *L'économie de la culture. La Découverte, Repères*, 1996.

URUGUAY ROUND, OMC, AMI, NTM : MÊME DÉBAT.

Depuis des décennies, des négociations internationales sont menées dans le cadre du GATT (Accord général sur la tarification du commerce) qui a fait place au cadre plus contraignant de l'OMC (Organisation mondiale du commerce) à partir de 1994. Ces négociations au long cours sont destinées à faciliter et développer les échanges internationaux en démantelant les multiples systèmes de protection mis en place par les Etats. Après les procédures douanières, tarifaires et réglementaires à visée explicitement protectionniste, l'attention des négociateurs s'est portée sur les procédures de soutien nationales ou régionales (par exemple européennes) qui s'appliquent à des secteurs particuliers, procédures dont ne peuvent bénéficier les producteurs étrangers concurrents. L'agriculture et la culture - particulièrement le cinéma et l'audiovisuel - se sont retrouvés dans cette situation lors de la phase de négociation de l'Uruguay Round en 1993.

L'AMI (Accord multilatéral sur l'investissement) est quant à lui négocié au sein de l'OCDE et, posant comme principe l'ouverture totale et sans discrimination des marchés, défend l'égalité de traitement des investisseurs dans tous les pays signataires. Il devait aboutir en 1998 mais a été finalement remis en question. Il lui est reproché de conduire à une remise en cause des politiques de soutien au niveau français et européen et à un abaissement des réglementations sociales et environnementales.

Quant au NTM ("New Transatlantic Market"), il s'agit d'un projet récent de zone de libre-échange Etats-Unis/Europe proposé pour l'an 2000 par le commissaire européen Leon Brittan.

Dans tous les cas, on retrouve le même scénario de professionnels de la culture, en particulier de l'audiovisuel, qui font bloc et peuvent se prévaloir du soutien total et actif du Ministre de la culture et de l'appui de l'ensemble de la classe politique et cela au nom de la défense de "l'exception culturelle". Sont-ce donc des avatars successifs de la vieille opposition économie/culture ?

Certes, la dimension économique est omniprésente dans l'argumentation des avantages d'une libéralisation la plus poussée possible des échanges et des investissements. D'autre part la culture est fortement mise en avant en particulier par les Français et les Européens en général, certainement au-delà de ce qu'exigerait la défense d'un quelconque domaine d'activité particulièrement menacé : la culture pèse ainsi plus que son poids économique dans les débats.

Mais on ne saurait oublier que la dimension politique est essentielle : c'est elle qui fonde le consensus sur les objectifs de libéralisation accrue mais dans le même temps fait s'arc-bouter les négociateurs sur la défense de leurs intérêts nationaux ou régionaux, c'est elle qui met en avant les secteurs ou les thèmes les plus sensibles ou les plus emblématiques des identités et affirme ainsi son refus d'une dilution dans une mondialisation qui inquiète.

La culture apparaît là pour ce qu'elle est : d'abord un ensemble de secteurs économiques confrontés comme les autres à des évolutions et à des logiques qui les dépassent ; ensuite des productions qui risquent effectivement de voir leur viabilité, leur dynamisme et leur existence même irrémédiablement remis en cause ; l'objet d'un investissement identitaire et symbolique fort de la part d'un pouvoir politique lui-même interrogé par les évolutions auxquelles il contribue et enfin et surtout une importance sociétale de la culture qui dépasse de loin son poids économique et fonde en dernier ressort l'affirmation aussi politiquement légitime qu'économiquement étayée de sa singularité.

Le cinéma français : les enjeux actuels d'une industrie culturelle

Le cinéma est une activité qui marie art et industrie. André Malraux, dans une phrase restée célèbre, indiquait que le cinéma est "[...] par ailleurs une industrie", mettant ainsi en avant la primauté de l'art cinématographique. En fait, le cinéma n'a pas toujours été considéré comme un art, il a du gagner ses "galons". Spectacle de foire, le cinéma a été dans ses débuts un simple divertissement pour les masses (Duhamel écrivait en 1930 que le cinéma "[...] est un divertissement d'ilotes, un passe-temps d'illettrés, de créatures misérables, ahuries par leur besoin et leurs soucis"). Un penseur comme Walter Benjamin, dans un article écrit en 1936 (1), considère que la reproductibilité technique introduit une perte d'aura dans la valeur culturelle de l'œuvre. Mais on ne peut guère dissocier la part artistique de la part économique et pour comprendre les enjeux actuels du cinéma français, il faut l'appréhender comme une industrie culturelle ayant ses spécificités.

Les industries culturelles ont en commun les traits suivants : économie de prototypes avec les risques qui en découlent (de plus la valeur économique d'un film est indépendante de son coût de fabrication), statut économique précaire du créateur, rôle de façonnier de l'éditeur, emploi intermittent, rémunération par des droits d'auteur.

Le cinéma est dès le départ un art industriel par sa caractéristique de reproductibilité technique. Un spectacle reproductible et un art. Mais le cinéma pour devenir marchandise culturelle a du se plier à un processus de normalisation, à des normes de consommation : durée standardisée autour de deux heures, institution de genres cinématographiques, règles narratives, jour de sortie, etc. Pour autant la dimension artistique reste largement active. En France, à la différence des autres pays, le cinéma a acquis le statut de 7^{ème} art. Le cinéma s'est donné une image de marque culturelle, représentation partagée non seulement par la grande masse du public mais également par la quasi totalité des hommes politiques. C'est une des raisons qui a permis de mieux organiser le maintien

d'une industrie nettement plus active que celle de ses voisins européens au cours des années 80. La dynamique culturelle a aidé l'activité économique.

Si l'opposition traditionnelle cinéma d'auteur/cinéma commercial traverse les représentations sur le cinéma, la dualité

n'est pas aussi marquée que dans le disque entre classique et variété. D'une part, le public (à part un noyau très restreint de cinéphiles) va voir des genres de films très variés : on ne va pas voir que les films qui correspondent strictement à ses goûts, car la sortie au cinéma est rarement solitaire et résulte d'arbitrages répétés. D'autre part, les auteurs changent souvent de registre ou connaissent des succès publics peu prévisibles qui élargissent leur public et leur réseau de distribution (voir par exemple le succès de



"La grande illusion" de Jean Renoir

"Marius et Jeannette"). Dans le cinéma, logique d'auteur et logique de marché ne sont pas irréductibles l'une à l'autre.

D'une industrie sur la défensive au cours des années 80 ...

En France, le développement de la télévision et de la vidéo a profondément transformé les modalités de production et d'amortissement du film. L'industrie du cinéma est passée en peu d'années (la décennie des années 80) d'une filière à débouché quasi unique, la salle, à une multiplication des supports de diffusion avec une double conséquence : un potentiel global de recettes nettement plus élevé et un allongement considérable de la durée d'amortissement du film (d'environ 2 ans à plus de 6 ans). En contrepartie, le cinéma n'a jamais été autant vu qu'aujourd'hui.

Si, au début des années 80, la salle représente l'essentiel des recettes d'un film (environ 80%), le développement rapide des télévisions commerciales entraîne un double mouvement :

- un déclin de la fréquentation des salles jusqu'au début des années 90 pour la plupart des pays européens (Graphique 1). Sur la période, la France résiste mieux que ses partenaires européens et conquiert la première place. Seul le Royaume-Uni voit sa fréquentation augmenter sur la décennie, mais son niveau était anormalement bas (1,3 entrée par habitant en 1985 contre 3,2 en France la même année) et un effort important de renouvellement de son parc de salles par des compagnies américaines a dopé les entrées : c'est le début du phénomène des "multiplexes" (grands complexes modernes de plus de dix salles) qui va ensuite se répandre dans toute l'Europe.

- une baisse de la part de marché des films nationaux sur leur propre territoire (Graphique 2). Face à la concurrence de la télévision les producteurs nationaux ont des difficultés à maintenir une offre attractive. La France, là encore, se distingue et conserve



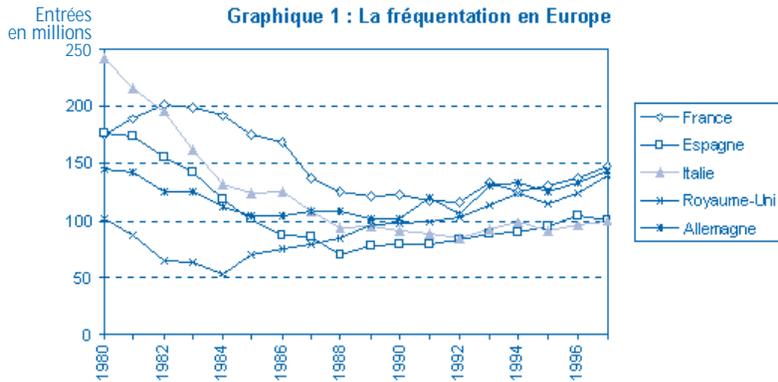
"Marius et Jeannette" de Robert Guédiguian

une part de marché satisfaisante pour sa production nationale. Cette situation résulte en grande partie de l'action vigoureuse des pouvoirs publics menée en faveur de l'industrie cinématographique française. Ce soutien repose sur un système d'aides, unique en Europe, et un fort encadrement des chaînes de télévision tant sur le plan de la diffusion des films que sur celui des obligations de financement. De son côté, l'Italie, qui avait une des cinématographies les plus florissantes, abandonne son industrie à la dérégulation audiovisuelle et perd près de 20 points de part de marché pour ses propres films. En revanche, les films américains conservent leur attrait et maintiennent leur niveau

succès sur les marchés étrangers mais avec peu d'effet sur le marché national largement contrôlé par les Américains.

Après un bilan positif en 1997, le cinéma français est en pleine croissance. L'industrie cinématographique française fait preuve d'un grand dynamisme tant par la croissance des investissements dans les secteurs de l'exploitation et de la production que par la fréquentation des salles de cinéma.

Le marché de la salle, support premier et facteur de notoriété essentiel des films, est en net redressement depuis quelques années. La fréquentation s'est établie à 148,1 millions d'entrées en 1997 pour une recette globale de 5,1 milliards de francs. C'est le meilleur score depuis douze ans. La fréquentation augmente régulièrement depuis 1992 où elle avait atteint son plancher avec 116 millions d'entrées. Le renouvellement important du parc de salles par la construction de "multiplexes" (plus de trente multiplexes déjà en fonctionnement et autant en projet) et la modernisation accélérée des autres salles s'accompagnent d'une revalorisation de la "sortie" au cinéma, notamment auprès des couches les plus populaires de la société. La fidélisation croissante du public et une implantation des multiplexes généralisée à l'ensemble des agglomérations de plus de 100 000 habitants permettent d'envisager, compte tenu des observations effectuées dans les zones déjà équipées, une fréquentation de l'ordre de 200 millions pour le troisième millénaire.



d'entrées ; en conséquence, dans un marché globalement en récession, le cinéma américain augmente considérablement sa part de marché (Tableau 1) et atteint plus de 70%, sauf en France (un peu moins de 60%).

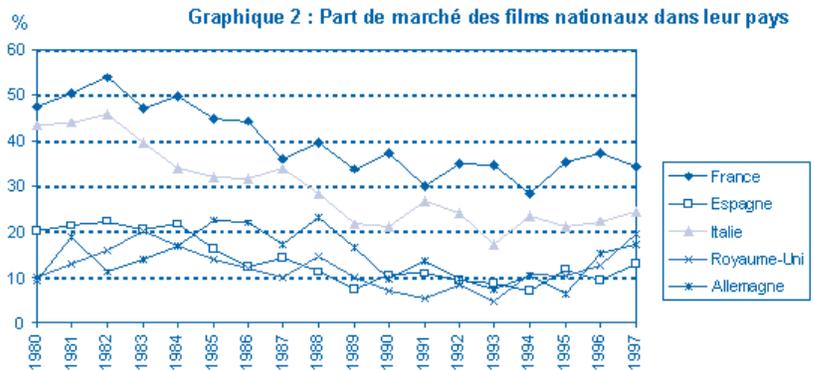
L'achat et le pré-achat de films par les télévisions constituent un apport majeur de recettes pour le cinéma français. L'ensemble des télévisions (en clair ou payante) a consacré plus de 1,8 milliard de francs à

Cette évolution affecte les capacités de financement de la plupart des pays européens qui voient une contraction des recettes en salle, sans que les débouchés télévisuels ne compensent cette perte. La France est la seule à produire régulièrement plus de 130 films par an (Tableau 2).

Cette situation a conduit l'industrie du cinéma et les pouvoirs publics français vers des positions défensives. Sur cette période les deux principaux objectifs ont été, d'une part l'aménagement culturel du territoire avec le maintien en activité du plus grand nombre de salles, notamment dans les petites communes, et, d'autre part, la préservation des capacités de production pour faire face à la compétition des films américains. Pour cela les moyens d'intervention du Compte de soutien du Centre national de la cinématographie ont été augmentés par l'instauration de prélèvements sur les recettes des télévisions et des éditeurs vidéo et par la mise en place d'obligations de financement de la production par les chaînes de télévision.

... à une phase de reconquête

Toutefois, depuis quelques années, le regain de fréquentation, grâce au renouvellement important du parc de salles par la création de multiplexes, a donné une nouvelle impulsion à la production cinématographique européenne. Ainsi, en France, les entrées recommencent à augmenter d'environ 5% par an depuis 1992. Les productions nationales sont plus adaptées aux attentes des spectateurs et accroissent leur part de marché. En conséquence les investissements dans les films européens prennent de l'ampleur : le coût moyen d'un film européen passe de 2,02 millions de dollars en 1988 à 2,46 millions de dollars en 1993 et à 3,61 millions de dollars en 1996. Outre la France, le Royaume-Uni montre un réel dynamisme qui se traduit par des



l'achat de droits de diffusion de films français. Si Canal + assure, depuis de nombreuses années, une diffusion importante de la production française (plus de 200 films français diffusés par an), le développement de nouvelles chaînes thématiques sur le câble et le satellite permet d'élargir les possibilités de diffusion du cinéma français. Outre les chaînes spécialisées sur le cinéma (Cinécinémas, Cinécinéfil, Cinéstar, Kiosque, Multivision), de nombreuses chaînes diffusent également des films (Paris Première, Canal Jimmy, RTL9, Monte Carlo, TV5, Téva...).

Cependant la vidéo a encore un poids insuffisant dans les recettes du cinéma français. Depuis le début de la décennie, le secteur de la vidéo a connu un essor remarquable. Près de trois quarts des foyers sont aujourd'hui équipés d'un magnétoscope et les dépenses des ménages sous forme d'achats ou de locations de cassettes vidéo sont désormais supérieures à celles qu'ils consacrent à l'achat de tickets de cinéma.

Le chiffre d'affaires de l'édition vidéo atteint 3,9 milliards de francs dont 2,7 milliards de francs pour les

œuvres cinématographiques. Si la vidéo est un débouché important pour le cinéma, les films français subissent cependant, sur ce support plus que sur tous les autres, le poids de la concurrence américaine. La part des films français ne représente que 15,2% du chiffre d'affaires du cinéma en vidéo, alors que la part de marché dans les salles avoisine 35%.

Néanmoins, la vidéo est un support essentiel pour la diffusion élargie du cinéma français. Au total, 1 900 titres français ont été distribués en 1996, dont plus de 80% sont des titres de films réalisés avant 1990. La vidéo assure ainsi une large diffusion des œuvres de catalogue et permet d'entretenir une approche plus "cinéphilique" du cinéma.

Après quelques années en demi-teinte, en 1996 l'exportation se redresse. Les recettes d'exportation des films français atteignent 404 millions de francs, elles sont en hausse de 12% par rapport à 1995. Ce résultat très positif se fait sur une large diversité de titres, signe d'une exportation globalement plus dynamique par rapport aux années précédentes où les résultats dépendaient d'un nombre plus restreint de titres : 54 films ont fait plus d'un million de recettes en 1996 contre 47 en 1995. Autre facteur encourageant : l'augmentation est homogène sur l'ensemble des pays. Cette amélioration des recettes, qui concerne les ventes pour tous les supports (salle, vidéo et télévision), se traduit également par une augmentation des

agrés, 125 films d'initiative française (films entièrement nationaux et à majorité française) ont été produits en 1997. La production oscillait entre 89 et 115 au cours des dix années précédentes. Près d'un film sur deux est une coproduction internationale, confir-

et de conservation, des actions se développent pour assurer une plus large diffusion des œuvres du patrimoine tant sur les chaînes de télévision, notamment les chaînes thématiques, qu'en vidéo. Enfin, un lieu rassemblant une bibliothèque, un musée

Tableau 1 - Part dans les recettes des films américains

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
France	36,3	31,2	30,6	35,4	37,4	39,5	43,0	43,7	45,7	56,6	56,6	58,7	58,3	57,6	61,3	54,0	54,7	53,8
Espagne	43,9	50,0	50,0	52,0	53,1	58,7	65,0	58,4	64,2	71,4	72,5	68,7	77,1	75,7	72,3	72,1	78,2	68,2
Italie	33,7	32,6	32,0	41,6	47,6	48,6	51,3	48,1	57,2	63,0	70,0	58,6	59,4	70,0	61,4	63,2	62,0	59,0
Royaume-Uni	88,0	85,0	82,0	78,0	81,0	84,0	86,0	89,0	77,0	84,0	89,0	93,0	85,8	87,0	85,6	85,2	81,7	77,0
Allemagne	54,9	52,9	55,4	60,4	65,8	58,7	62,5	58,3	64,4	65,7	83,8	80,2	82,8	87,8	81,6	87,1	75,1	73,1

mant ainsi le niveau atteint depuis une dizaine d'années qui fait de la France le premier pays coproducteur d'Europe. L'Italie reste notre principal partenaire. Les investissements totaux sont en forte hausse par rapport à 1996 qui avait été marquée par un léger tassement. Ils se situent à plus de 4,6 milliards de francs contre 3,3 milliards l'an dernier (+40,8%). Près de 40% des investissements dans les films d'initiative française proviennent des chaînes de télévision.

Les enjeux ne sont donc plus les mêmes aujourd'hui et l'époque est à la reconquête : toutefois le développement des investissements dans les salles et dans la production doit s'accompagner d'un élargissement des bases de diffusion du cinéma français tant à l'exportation qu'en vidéo.

Ces enjeux essentiellement économiques s'accompagnent d'une volonté de valoriser le cinéma en tant que lieu de culture et d'éducation. Plus de 55% des Français vont au moins une fois au cinéma dans l'année, et parmi eux plus de 85% des jeunes de moins de 25 ans. Le public de demain doit acquérir

du cinéma et la cinémathèque ouvrira bientôt à Paris, offrant ainsi une vitrine ouverte au public le plus large pour une culture cinématographique vivante.

En conclusion, on peut observer que les articulations entre culture et économie varient selon les époques considérées. Sans un tissu cinématographique industriel riche et diversifié, la capacité créatrice risque de s'éteindre ou de se transformer en un petit ghetto, perdant ainsi une des caractéristiques essentielles du cinéma, sa dimension de lien social qui traverse toutes les couches de la société et tous les âges. Ce risque, on a pu en observer les ravages chez nos voisins européens qui ont été moins soucieux que la France de soutenir leur industrie cinématographique. Mais sans une reconnaissance forte des auteurs, c'est aussi une partie des capacités de production qui s'étiolent, la fréquentation baisse (par exemple seulement 30% des Anglais vont au cinéma dans l'année) et la capacité de faire parler du cinéma se dégrade. La force symbolique du cinéma dépend également de cette reconnaissance artistique. C'est parce que le cinéma français est aujourd'hui très vivant dans toutes ces facettes qu'il est encore reconnu internationalement.

Jean-Marc Vernier
Chef du service des études, des statistiques et de la documentation
du Centre national de la cinématographie

12 rue de Lübeck
75016 Paris

Tableau 2 - Nombre de films produits en Europe

	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
France	151	134	133	137	136	146	156	155	152	115	141	134	163
Espagne	77	60	69	63	48	47	64	52	56	44	59	91	85
Italie	89	109	116	124	117	119	129	127	106	95	75	99	87
Royaume-Uni	55	39	51	56	38	53	51	48	52	73	73	121	124
Allemagne	64	60	65	57	68	48	72	63	67	60	63	64	66

entrées des films français en salle à l'étranger. En 1996, les films français ont rassemblé 42,6 millions d'entrées sur 31 pays étrangers, soit une hausse de 7% par rapport à 1995.

L'activité de production atteint un niveau très élevé. Ce dynamisme s'alimente des perspectives favorables en matière de fréquentation cinématographique et du développement des chaînes par satellite. En 1997, avec 163 films agrés, le nombre de longs métrages produits et coproduits en 1997 s'inscrit en très nette augmentation par rapport à l'année 1996 et aux dix dernières années. Parmi ces films

une culture cinématographique et découvrir les œuvres cinématographiques du passé. Les actions en milieu scolaire qui associent le Ministère de la culture et de la communication, le Ministère de l'éducation nationale, les exploitants et les collectivités territoriales permettent un accès à ces œuvres dans leur lieu naturel, la salle de cinéma. Toutes ces actions viennent renforcer le statut artistique du cinéma auprès des jeunes générations, gage d'un accueil le plus large possible pour tous les créateurs. Par ailleurs, la politique du patrimoine va connaître un nouveau souffle. Après une phase très active de restauration

NOTE
1. Walter Benjamin, "L'œuvre d'art à l'ère de sa reproductibilité technique" in *L'Homme, le langage et la culture*, Denoël-Gonthier, Paris, 1971.

Colloques

Développement local, entreprise et culture scientifique, technique et industrielle XVI^e congrès de l'AMCSTI

14-16 Septembre 1998, Toulouse

Renseignements :

Carole Grandgirard

AMCSTI

36 rue Chabot-Charny

21000 Dijon

Tél : 03 80 58 98 75

Fax : 03 80 58 98 58

La médiation culturelle : nouvel habit pour l'action culturelle ou naissance d'une nouvelle professionnalité ?

Journées d'études de la Société française des sciences de l'information et de la communication (SFIC)

18-19 Septembre 1998, Avignon

Renseignements :

Université d'Avignon et des

Pays de Vaucluse

Département Communication

74 rue Louis Pasteur

Case 19

84029 Avignon Cedex 1

Tél : 04 90 16 27 18

Fax : 04 90 16 27 19

Bâtir au Moyen-Age Maîtrise d'ouvrage et maîtrise d'œuvre aux XIV^e-XVI^e siècles

1-3 Octobre 1998, Vincennes

Renseignements :

Equipe de recherche sur

le château de Vincennes

et la banlieue Est

Château de Vincennes

Bâtiment X

Avenue de Paris

94300 Vincennes

Tél : 01 41 93 37 11

Fax : 01 41 93 37 12

CLIC (Classe, Laboratoire, Industrie, Cybersespace) Symposium international sur les nouveaux espaces de communication de la technologie

19-21 Octobre 1998, Montréal (Canada)

Renseignements :

Pierre Moretti

CLIC

Société pour la promotion de la science et de la technologie

(SPST)

417 rue Saint-Pierre

Bureau 808

Montréal (Québec)

H2Y 2M4

Tél : 1 514 873 1544

Fax : 1 514 873 9257

Mél : spst@spst.org

Epipaléolithique et mésolithique.

Les derniers chasseurs-cueilleurs d'Europe occidentale

23-25 Octobre 1998, Besançon

Renseignements :

Annick Richard

DRAC de Franche-Comté

Service régional de l'archéologie

7 rue Charles Nodier

25043 Besançon Cedex

Tél : 03 81 81 29 24

Fax : 03 81 82 17 86

Convergence : comment ça marche ! Internet : une nouvelle donne économique

19-20 Novembre 1998,

Montpellier

Renseignements :

Isabel Jimenez

IDATE

BP 4167

34092 Montpellier Cedex 5

Tél : 04 67 14 44 04

Fax : 04 67 14 44 00

Mél : i.jimenez@idate.fr

Territoires et personnels des Transports parisiens

Archives d'entreprise entre ethnologie et histoire

23-24 Novembre 1998,

Aubervilliers

Renseignements :

Colloque Archives de la RATP

Société d'Ethnologie Française

Musée National des Arts et

Traditions Populaires

6 Avenue du Mahatma Gandhi

75116 Paris

Tél : 01 44 17 60 06

ou 01 44 17 60 50

Fax : 01 44 17 60 60

Site Internet :

<http://www.culture.fr/sef>

"Living and working in the information society". IST 98

30 Novembre-2 Décembre 1998,

Vienne (Autriche)

Renseignements :

European Commission

IST 98 Conference Secretariat

Rue de la Loi 200 Wetstraat

SC 15 6/35

10549 Bruxelles (Belgique)

Fax : 32 2 299 1926

Mél : ist98@dg3.cec.be

5^{ème} Conférence internationale sur le traitement de la langue orale.

ICSLP'98

30 Novembre - 4 Décembre 1998,

Sydney (Australie)

Renseignements :

Tour Hosts Conference &

Exhibition Organisers

GPO Box 128

Sydney NSW 2000

Tél : 61 2 9262 22 77

Fax : 61 2 9262 31 35

Mél : icslp98@tourhosts.com.au

Festival Audiovisuel International Musées et Patrimoine

F@IMP 98

14-19 Décembre 1998,

Ouagadougou (Burkina-Faso)

Renseignements :

FAIMP-AVICOM/ATP

Commissariat général

6 avenue du Mahatma Gandhi

75116 Paris

Tél et Fax : 01 40 67 90 26

Mél : faimp@atp.culture.fr

Formation

Formation à la médiation culturelle scientifique, technique et industrielle

4-6 Novembre 1998

et 20-22 janvier 99, Lyon

Formation organisée par

l'Agence Rhône-Alpes de services

aux entreprises culturelles

Renseignements :

Valérie Grivel

ARSEC

8 rue du Griffon

69001 Lyon

Tél : 04 78 39 01 05

Fax : 04 78 28 98 22

Généralités

Science, philosophie et histoire des sciences en Europe

Sous la direction de *Dominique Lecourt*
Actes du colloque qui s'est tenu à Paris les 9 et 10 Décembre 1994
Luxembourg, Office for official publications of the European Communities, 1998, 220p.

Science et littérature

Par Paul Braffort
Paris, Diderot Editeur, 1998, 315p., 129F.

Droit

La propriété intellectuelle

Réseaux n° 88/89, Mars-Juin 1998
Paris, CNET, 100F.
Diffusion : DIF POP
21ter rue Voltaire, 75011 Paris

Archéologie

Architecture et société néolithique

Par *Anick Coudart*
Documents d'archéologie française n° 67
Paris, Editions de la Maison des sciences de l'homme, 1998, 239p., 235F. jusqu'au 20/02/1999, ensuite 265F.

Habitats de l'âge de bronze à Lyon-Vaise (Rhône)

Sous la direction de *Pierre Jacquet*
Documents d'archéologie française n° 68
Paris, Editions de la Maison des sciences de l'homme, 1998, 251p., 230F. jusqu'au 28/02/1999, ensuite 260F.

Lugdunum christianum

Par *Jean-François Reynaud*
Documents d'archéologie française n°69
Paris, Editions de la Maison des sciences de l'homme, 1998, 285p., 238F. jusqu'au 28/02/1999, ensuite 268F.



Vue du cloître Saint-Jean, ses murs, son palais épiscopal et ses trois églises
(Plan scénographique, milieu du XVI^e s. ; AML) in Lugdunum christianum. DAF n° 69 p.48

Les pratiques culturelles des Français Enquête 1997

Par Olivier Donnat
Paris, La Documentation Française, 1998, 359p., 140F.
Cette enquête, réalisée pour la quatrième fois par le Département des études et de la prospective regroupe des données sur les activités culturelles et l'évolution de la fréquentation des équipements culturels. Elle est devenue le principal outil de suivi des comportements culturels des Français.

12 culture et recherche n° 68 septembre-octobre 1998

Architecture

Pratiques architecturales et enjeux politiques

France 1945-1995
Sous la direction de *Jean-Yves Andrieux et Frédéric Seitz*
Paris, Picard Editeur, 1998, 416 p., 200F. jusqu'au 31 Octobre 1998, ensuite 250F.

Musique

Sébastien de Brossard, musicien

Textes réunis par *Jean Duron*
Versailles/Paris, Editions du Centre de musique baroque de Versailles/ Editions Klincksieck, 1998, 338p., 380F.

Audiovisuel

Dictionnaire de la radio

Par *Robert Prot*
Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 1998, 654p., 250F.

Directeur de la publication : Marc Sadaoui
Chef de la mission de la recherche et de la technologie : Jean-Pierre Dalbéra. Rédaction : Silvia Pérez-Vitoria
silvia.perez@culture.fr
Ministère de la culture et de la communication
Mission de la recherche et de la technologie -
3, rue de Valois 75 042
Paris cedex 01 -
Tél. : 01 40 15 80 45
N° de commission paritaire : 0603 B 05120
Conception-réalisation : Cécile Brousté
Imprimeur : Maulde et Renou
ISSN : 0765-5991

