



tic&société

Vol. 4, n° 2 | 2010

Industries créatives avec ou sans TIC ?

Des industries culturelles aux industries créatives : un changement de paradigme salubre ?

Thomas Paris



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/ticetsociete/871>

DOI : 10.4000/ticetsociete.871

Éditeur

Association ARTIC

Référence électronique

Thomas Paris, « Des industries culturelles aux industries créatives : un changement de paradigme salubre ? », *tic&société* [En ligne], Vol. 4, n° 2 | 2010, mis en ligne le 21 mars 2011, consulté le 19 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/ticetsociete/871> ; DOI : 10.4000/ticetsociete.871

Licence Creative Commons

Des industries culturelles aux industries créatives : un changement de paradigme salubre ?

Thomas Paris

GREG HEC, HEC School of management
Chercheur associé au CRG Ecole polytechnique
Thomas.paris@polytechnique.edu

Thomas Paris est chargé de recherches au CNRS, professeur affilié à HEC School of management et chargé de cours à l'Ecole polytechnique. Titulaire d'un doctorat de gestion, il mène des recherches depuis une quinzaine d'années sur les industries de la création (cinéma et audiovisuel, musique, mode, édition, architecture, publicité, grande cuisine, design.), leur économie et leurs modèles organisationnels. Il travaille aussi sur l'économie numérique et a publié des ouvrages sur le droit d'auteur, la diversité culturelle dans le cinéma, l'économie de l'audiovisuel à l'ère de la convergence, les villes créatives ou le management de la création (Manager la créativité, Pearson, 2010).

Des industries culturelles aux industries créatives :
un changement de paradigme salutaire ?

Des industries culturelles aux industries créatives : un changement de paradigme salutaire ?

Résumé

La question du soutien public aux industries culturelles (cinéma et audiovisuel, musique, édition) pose aujourd'hui des questions renouvelées. D'une part du fait d'une évolution du contexte, avec le développement de la mondialisation, de la numérisation et des TIC et de la libéralisation. D'autre part, parce que si un soutien public semble empiriquement admis dans ces secteurs, les effets pervers qu'il peut générer en fragilisent le principe. À partir de l'exemple du cinéma, cet article montre que l'action publique, telle qu'elle fonctionne dans ces secteurs aujourd'hui, s'inscrit dans une spirale inflationniste dont les résultats ne suffisent pas à la légitimer *a posteriori*. Pour sortir de l'aporie dans laquelle semble enfermée l'action publique dans les industries culturelles, l'article propose d'asseoir cette action sur un corpus théorique renouvelé, mettant en avant les notions d'économie de la création et d'économie de l'information.

Mots clés : industries créatives – diversité culturelle – cinéma - politiques publiques – paradigme

Abstract

Summary - Public support for cultural industries (movies, music, publishing) raises renewed issues. This is due on the one hand to a new context, defined by globalization, digitalization, the omnipresence of ICTs and liberalization. On the other hand, whereas public support is an accepted idea in these industries, its pernicious effects make it harder to legitimate. The paper focuses on the case of the French movie industry. It shows that public policies in this industry are caught in an inflationist spiral, and that their results can't be legitimated after the fact. To resolve the dilemma of public policies in cultural industries, the paper proposes a renewed theoretical corpus, which includes the concepts of economy of creation and information economy..

Thomas PARIS

Keywords: creative industries - cultural diversity - movie industry - public policies - paradigm

Resumen

El apoyo público a las industrias culturales (cine, música, edición) plantea renovadas cuestiones. Esto se debe, por una parte a un nuevo contexto, definido por la globalización, la digitalización y las TICs (Tecnologías de la Información y la Comunicación) y la liberalización. Por otra parte, mientras que el apoyo del público es una idea aceptada en estas industrias, los efectos perniciosos que implica hace que sea más difícil de legitimar. El documento se centra en el caso de la industria del cine francés. Esto demuestra que las políticas públicas en este sector se realizan en una espiral inflacionista, cuyos resultados no son suficientes para justificarla a posteriori. Para hacer frente a esta aporía de las políticas públicas en las industrias culturales, el documento propone una teórica renovada, destacando los conceptos de la economía creativa y la economía de la información.

Palabras clave : industrias creativas - diversidad cultural - industria del cine - Políticas Públicas - paradigma

Introduction

Les dernières décennies ont été marquées en Europe et dans nombre de pays développés par un mouvement de balancier autour des questions d'intervention publique dans la sphère économique. Honnie dans les années 1980 dans les pays les plus libéraux, comme le Royaume-Uni, elle est aujourd'hui en partie réhabilitée face aux constats d'échec du tout-libéral, et plus encore depuis la crise actuelle. Néanmoins la doctrine libérale a gagné du terrain (Regourd, 2002), et inversé le régime de la preuve. Désormais, toute intervention publique doit s'accompagner d'un effort de légitimation économique.

Le secteur culturel n'est pas sorti indemne de ces mouvements ; les industries culturelles, à savoir l'édition, la musique et l'audiovisuel, encore moins. La notion d'exception culturelle, qui entérinait le principe d'une soustraction de ces industries aux principes de l'économie de marché et du libre-échange, n'a pas survécu à ces mouvements. Ainsi, le PDG d'une multinationale française du secteur de l'*entertainment* défendait-il encore il y a quelques années que l'économie de marché répondait désormais aux enjeux portés par la notion d'exception culturelle (Messier, 2001). Quelques mois après, ses déclarations sur la mort de l'exception culturelle française, qui allaient dans le même sens, l'entraînaient dans une polémique qui ne cessa qu'avec sa démission.

La question du soutien public aux industries culturelles se trouve aujourd'hui dans une forme d'aporie. D'un côté, un tel soutien ne fait plus l'objet d'attaques systématiques de la part des tenants du tout-libéral, en témoigne l'évolution sensible de la position de la Commission européenne sur ces questions (European Commission, 2007), mais les opposants à ces soutiens, s'ils admettent qu'une absence d'intervention publique peut être désastreuse, n'en scrutent pas moins les effets pervers. De l'autre côté, les défenseurs d'une telle intervention savent que leur position est fragile et que leurs arguments traditionnels ne suffisent plus. Tout se passe comme si l'on se regardait en « chiens de faïence », et que, d'un côté comme de l'autre, on se trouvait à court d'arguments.

Ajoutons que cette question, si elle s'inscrit dans la problématique plus générale – et récurrente – du soutien public à la culture¹, prend une acuité

¹ On pourra se référer notamment au numéro de novembre-décembre 2006 de la revue *Le Débat*, et aux contributions (Heinich, 2006), (Fumaroli, 2006), (Lang, 2006), (Saint-Pulgent, 2006) et (Urfalino, 2006) ou encore à la tribune provocatrice d'Alessandro Baricco dans *La Repubblica* (« Fermez les théâtres publics ! », *Courrier International*, n°962, 9-15 avril 2009).

Thomas PARIS

nouvelle dans le contexte actuel, un contexte de mutations marqué par trois tendances. La première, nous l'avons évoquée, est l'affirmation du paradigme libéral qu'accompagne ce processus de mondialisation dans le creuset de l'OMC ou de la Commission européenne. Si la culture commence à être reconnue au niveau européen comme spécifique et porteuse d'enjeux importants, son statut protégé est encore fragile et doit plus à l'immanence de la fragilité du secteur qu'à la transcendance d'une argumentation indiscutable qui rendrait évident un tel soutien. La deuxième est le processus de mondialisation. Il n'est certes pas nouveau, notamment dans la culture mais il a connu une accélération intense ces dernières années en même temps qu'il changeait de nature. La mondialisation est aujourd'hui géographique, économique, politique et réglementaire mais aussi socioculturelle, ce que traduit l'affirmation d'une culture globale, à base de *Harry Potter*, de Madonna, du *Seigneur des anneaux*, de la Star Academy, de la Champion's League, de McDonald et d'Ikea (Paris, 2004). Enfin, la troisième est le déploiement du numérique et la « révolution » qu'elle entraîne tant dans les organisations des industries culturelles que dans les usages. Car, potentiellement, dans le monde de l'Internet, la rentabilité est beaucoup plus facile à trouver pour un bien culturel qui peut construire son public à une échelle mondiale, sans supporter des coûts d'industrialisation et de logistique élevés. Cette potentialité d'une nouvelle économie pour les biens culturels est soulignée par la notion très à la mode de *Long Tail* ou Longue traîne dans sa traduction française (Anderson, 2006) qui défend l'idée qu'à l'ère numérique, le spectre des productions culturelles qu'il est rentable de distribuer se serait considérablement élargi.

C'est la conjonction de ces trois mutations qui rend la question de la légitimité de l'action publique en matière d'industries culturelles essentielle. Car la mondialisation comme la numérisation sont porteuses autant d'espoir que de crainte pour la culture. La mondialisation, c'est la multiplication des échanges, et donc la rencontre, le métissage, l'enrichissement des cultures. Les TIC - Internet et le numérique-, c'est l'accès de tous à la culture, aux moyens de production et aux moyens de diffusion. Voilà pour l'espoir. Les craintes sont plus connues : le risque de formatage et d'annihilation de certaines industries culturelles ou de cultures au détriment d'autres sont le revers de la mondialisation (Paris, 2002) ; la piraterie et la mise en danger de l'économie des industries culturelles constituent celui du monde numérique.

L'argument développé dans cet article est que le soutien public aux industries culturelles doit s'appuyer sur un nouvel argumentaire, qui puise ses racines dans les spécificités de ces industries. Dans un premier temps, nous précisons dans quel paradigme s'inscrit le soutien aux industries culturelles. Ensuite, nous montrerons en quoi ce paradigme est porteur d'inefficacités structurelles, qui se traduisent par l'inscription du soutien dans une spirale

Des industries culturelles aux industries créatives :
un changement de paradigme salutaire ?

inflationniste. Puis, nous proposerons un nouveau corpus théorique, plus apte à prendre en compte les spécificités de la dynamique actuelle des industries culturelles. Nous concluons en suggérant des pistes pour un soutien public aux industries culturelles qui s'appuie sur ce paradigme.

1. Le paradigme « économie de la culture » du soutien aux industries culturelles

Les industries culturelles constituent un volet particulier du secteur de la culture. Alors que ces industries sont viables dans une économie de marché, selon les industries, et dans certains pays, elles mobilisent des systèmes de soutien composés de multiples volets. Dans cette partie, nous allons présenter les fondements théoriques de ces soutiens.

1.1. Les industries culturelles : une catégorie spécifique

Le terme d'industries culturelles a des acceptions plus ou moins larges. Dans la terminologie anglaise de *cultural industries*, il englobe l'ensemble des secteurs culturels. L'Unesco en donne une définition encore plus large, synonyme d'industries créatives, et y inclut des secteurs comme l'architecture ou l'artisanat. Cet article considère les industries culturelles au sens le plus étroit, le plus courant en France. Elles recouvrent les secteurs qui, dans le champ de l'économie de la culture, impliquent une reproduction des œuvres et une diffusion à grande échelle. Le terme englobe les industries du cinéma et de l'audiovisuel, de l'édition, du disque (et des enregistrements musicaux). L'une des particularités de ces secteurs, contrairement par exemple au spectacle vivant dont la loi de Baumol avait montré qu'il était structurellement déficitaire (Baumol & Bowen, 1966), est qu'ils sont viables dans une économie de marché. Les productions nécessitent des investissements importants, jusqu'à plusieurs dizaines voire centaines de millions d'euros pour un film, mais peuvent ensuite être rentabilisées sur une échelle très grande, car le coût marginal (reproduction) est très faible. Cette viabilité est l'une des raisons pour lesquelles la question du soutien public y prend une coloration particulière. Une des hypothèses de cet article est que ces industries constituent un ensemble à part, avec ses spécificités propres, aussi bien dans le champ de l'économie de la culture que dans celui des économies de marché. Les industries culturelles constituent une catégorie homogène, à l'intersection des industries de la création - *creative industries*, au sens de Caves (2000), qui incluent les secteurs

Thomas PARIS

culturels - et des industries qui impliquent la reproduction d'un bien informationnel (Shapiro & Varian, 1998).

Schéma 1 : Les industries culturelles, une catégorie spécifique

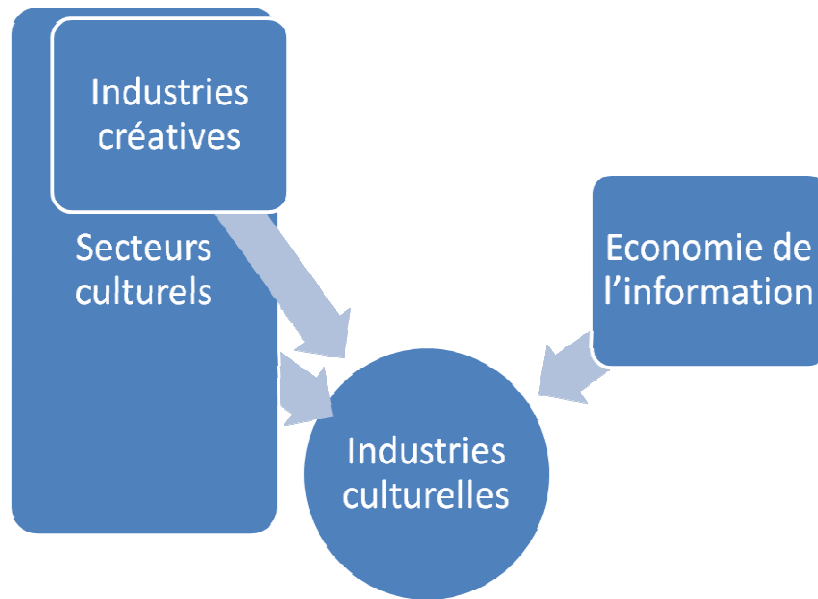


Schéma de l'auteur

1.2. Le soutien aux industries culturelles : une approche globale

La culture a depuis longtemps fait l'objet d'un soutien public plus ou moins affirmé selon les pays. Benhamou (2000) distingue ainsi le modèle anglo-saxon peu interventionniste du modèle de l'Europe du Sud, plus enclin à l'intervention publique. Dans le cas français, l'intervention publique dans l'industrie audiovisuelle s'inscrit en droite ligne de l'histoire de la politique culturelle française, laquelle a pris toute sa dimension avec les grands monarques, de François 1^{er} à Louis XIV (Farchy & Sagot-Duvaurox, 1994, Benhamou, 2000). La charpente du système de soutien au cinéma français a été bâtie après la Seconde Guerre mondiale (Bonnell, 2001), dans une perspective à la fois

Des industries culturelles aux industries créatives :
un changement de paradigme salutaire ?

industrielle et culturelle, et autour de trois grands objectifs : le prestige et l'indépendance de la culture nationale par rapport à l'étranger, la diversité de la création, la démocratisation de la culture (Farchy & Sagot-Duvaurox, 1994).

Dans le cas français, ce soutien intervient sous différentes formes, que l'on peut regrouper en quatre grandes catégories d'action : les pouvoirs publics peuvent intervenir en tant qu'opérateur direct, en tant que financeur, régulateur ou labellisateur². On constate à travers les exemples consignés dans le tableau ci-dessous que le spectre d'intervention dans les industries culturelles est très large et que le soutien intervient sur tous les volets dans l'audiovisuel et le cinéma³.

² Cette analyse et le tableau présenté ont été élaborés avec Frédéric Kletz. La terminologie « Etat » renvoie à des acteurs divers (législateur, collectivités locales, établissements publics, organismes de régulation...).

³ De nombreux ouvrages présentent le système de soutien au cinéma français, par exemple (Bonnell, 2001).

Tableau 1: Les modes d'intervention des pouvoirs publics dans les industries culturelles en France

Modalités d'intervention de l'Etat	Livre	Musique enregistrée	Audiovisuel et cinéma
Opérateur direct	La Documentation française	Radio France	France Télévisions
Financier (financement, redistribution)	Soutiens divers du Centre national du Livre		Système de soutien (CNC)
Régulateur (législation, régulation, formation)	Prix unique du livre (législation)	Intermittents du spectacle (loi) Quotas de diffusion (loi, CSA)	Soficas (loi) Quotas et obligations de production (loi + CSA) Agrément (CNC) Formation (FEMIS) Droit d'auteur
Labellisateur (prescription, labellisation, contractualisation)		Attribution de fréquences aux radios en fonction des cahiers des charges (CSA)	« Art et essai » (CNC) Attribution de fréquences en fonction des cahiers des charges (CSA)

1.3. Les soubassements théoriques des soutiens publics aux industries culturelles

À la question « l'Etat doit-il soutenir le secteur culturel ? », l'économie de la culture apporte traditionnellement des réponses globales, sans distinction entre les différents sous-secteurs. (Farchy & Sagot-Duvauroux, 1994) recense ainsi trois catégories de justifications à une intervention publique : les arguments d'économie néo-classique, qui renvoient à la notion d'insolvabilité d'une partie de la demande, due au caractère collectif des biens culturels, aux fortes

Des industries culturelles aux industries créatives :
un changement de paradigme salutaire ?

externalités générées ou aux rendements intergénérationnels ; les arguments tenant à l'incertitude dans la valorisation des biens ; et les arguments de politique économique, selon lesquels la culture peut être porteuse de dynamisme économique.

Tableau 2 : Les arguments économiques à une intervention publique dans la culture

Arguments d'économie néo-classique (Insolvabilité de la demande et risque de sous-production)	<ul style="list-style-type: none"> - impossibilité de faire payer <ul style="list-style-type: none"> o biens collectifs o activités à forte externalités o rendements intergénérationnels - mauvaise information des individus par rapport à leurs besoins futurs (demandes d'option)
Arguments tenant aux conditions de l'offre (Caractère aléatoire et peu rentable)	<ul style="list-style-type: none"> - Loi de Baumol - Economie de prototypes, une économie aux résultats incertains
Arguments de politique économique (Rôle des dépenses culturelles)	<ul style="list-style-type: none"> - Culture porteuse de dynamisme économique - Enjeu industriel (emplois)

Tableau de l'auteur, à partir des analyses de (Farchy & Sagot-Duvaurox, 1994)

Certains de ces arguments ne s'appliquent pas aux industries culturelles, et d'autres trouvent des réponses dans l'organisation industrielle de ces secteurs. La constitution d'oligopoles avec frange (Reynaud-Cressent, 1982, Benhamou, 2000) par exemple, c'est-à-dire la cohabitation de firmes de grande taille – les *majors* – avec une multitude de petites entreprises, est une réponse à la notion d'incertitude. Le risque, structurel dans ces secteurs, est assumé par les petites entreprises fragiles, mais mutualisé, souvent au niveau de la distribution, au sein de grandes firmes. La caractéristique de biens collectifs est d'abord traitée par la mise en place d'un système de propriété intellectuelle (la propriété littéraire et artistique). Elle est aussi gérée par les opérateurs des industries qui s'efforcent d'atténuer la dimension collective des biens culturels, et d'en faire des biens collectifs impurs. Le fait d'inscrire la musique sur un support physique commercialisable (un disque) ou d'ériger des murs autour d'un écran de cinéma

Thomas PARIS

réintroduit de l'exclusion et de la rivalité, et fait sortir ces biens du périmètre des biens collectifs (Paris, 1999, pp. 194-199).

Aussi, à côté de ces arguments, sont avancés d'autres arguments, plus spécifiques aux industries culturelles, et qui peuvent être regroupés sous le terme générique de « diversité culturelle ». Nous pouvons d'ailleurs noter que le glissement sémantique de « l'exception culturelle » vers la « diversité culturelle » correspond à l'épuisement des arguments de l'économie de la culture pour justifier une intervention publique (Paris, 2002). Tous les arguments économiques qui consistent à dire que la culture fait exception (aux lois de l'économie marchande) ne tiennent pas dans les industries culturelles. La notion de diversité culturelle renvoie au fait que l'intervention publique dans ces secteurs ne vise pas à soutenir des secteurs non viables dans une économie de marché, mais vise à corriger la tendance naturelle de ces secteurs à écraser la diversité de l'offre.

Paris (2004) montre que la diversité culturelle renvoie à trois catégories d'enjeux (diversité capitalistique, géographique et artistique). Si l'on considère la dimension géographique, l'intervention publique se justifie par des distorsions de concurrence qui se traduisent par une concentration des moyens de production. Dans le cinéma, on produit aujourd'hui plus de deux cents films par an en France, et on en produit plus en Europe qu'aux Etats-Unis, un pays où les conditions sont beaucoup plus favorables au développement du cinéma : l'existence d'un véritable marché unifié, linguistiquement et culturellement homogène, et une consommation individuelle de cinéma deux fois plus élevée qu'en Europe font que les films doivent être amortis sur un marché potentiel beaucoup plus vaste. La principale force du cinéma américain réside dans ces conditions de marché (Bonnell, 2002, Paris, 2002).

L'arsenal théorique de l'économie de la culture ne suffit pas à justifier l'intervention publique dans les industries culturelles, il doit être complété d'arguments spécifiques, regroupés sous le concept de diversité culturelle, qui renvoient à la spécificité des biens culturels. Néanmoins, nous allons voir que le soutien public, dans sa dimension financière, entraîne des effets induits à même de remettre en cause ses justifications, et d'en fragiliser le principe.

2. Les inefficacités structurelles d'une intervention publique

Les arguments précédents ont montré la nécessité d'une intervention publique, au vu d'objectifs de diversité culturelle. Néanmoins, le soutien public,

Des industries culturelles aux industries créatives :
un changement de paradigme salutaire ?

dans son volet financier, se traduit par des effets inflationnistes qui à la fois en fragilisent le principe et entraînent des effets contre-productifs, en matière de diversité culturelle.

2.1. La spirale inflationniste du soutien public

Régulièrement, la question qui se pose aux pouvoirs publics au plan national (en France), ou communautaire, est celle du niveau de financement des industries culturelles. La fragilité des secteurs considérés associée aux enjeux sans cesse réaffirmés à défendre une diversité culturelle exigent de chercher de nouvelles sources de financement. Une analyse plus approfondie montre les dangers d'une telle logique, qui se traduit par une spirale inflationniste.

L'économie des biens culturels est une économie caractérisée par les économistes d'oligopole avec frange. Derrière la notion de franges réside l'idée de l'existence sur le marché d'une abondance de petites entreprises fragiles qui se montent le plus souvent autour d'un projet ponctuel. Dans l'édition par exemple, moins de 5 % des entreprises (soit 12) ayant répondu à l'enquête annuelle du SNE⁴ réalisaient 70 % du chiffre d'affaires du secteur en 2005, et on estime le nombre de maisons d'édition en France à 6 ou 7000. Nous reviendrons plus loin sur les raisons d'une telle fragilité.

Ces sociétés, qui parviennent à se monter autour d'un projet souvent potentiellement porteur, entrent ensuite dans une logique de pérennisation, qui se traduit par l'obligation d'amortir un certain nombre de coûts de fonctionnement, et par la nécessaire industrialisation de la créativité. Monter un projet à partir d'une idée porteuse n'est pas la même chose que de devoir monter des projets régulièrement pour payer ses coûts de fonctionnement. L'oligopole avec frange, c'est certes de très petites entreprises qui cohabitent avec des majors, mais c'est surtout cette dynamique d'entrées permanentes sur le marché peu protégé des idées.

L'aide publique, dans ces conditions, peut permettre à certains de ces petits projets de se monter, à d'autres de se transformer en entreprises. Elle permet à nombreuses idées de se concrétiser, et à nombreux porteurs d'idées de s'établir comme dirigeants d'entreprises. Il y a très certainement derrière ce fonctionnement un effet d'aubaine et l'émergence d'une génération d'entrepreneurs qui n'auraient pas vu le jour sinon, du fait de l'évidente capacité d'attraction de ces industries.

⁴ Syndicat national de l'édition.

Thomas PARIS

Ensuite, le mécanisme se comprend aisément. Les entrepreneurs auxquels le soutien public a facilité l'entrée sur le marché éprouvent la fragilité propre à ces secteurs, et revendiquent un soutien plus important, ce qui donne lieu à une forme de spirale inflationniste...

2.2. Un effet ciseaux qui fragilise l'économie des industries culturelles

La seconde spirale inflationniste qu'entretiennent ces politiques culturelles a trait aux coûts des productions. Cette spirale entraîne un effet ciseaux qui rend de plus en plus difficile l'accès aux moyens de production, de diffusion et de promotion aux petites entreprises, et engendre un effet négatif sur la créativité.

Avec la mondialisation, les industries culturelles voient de plus en plus cohabiter des produits globaux, destinés d'emblée à un marché international, comme *Da Vinci Code*, *Star Wars* ou Mickael Jackson, et des produits « locaux » ou de niche, qui s'adressent à un marché beaucoup plus restreint. D'un côté, Hollywood et de l'autre, le cinéma d'auteur français ! La comparaison des entrées des dix premiers films respectivement américains et européens sur le marché européen est éloquent : en 2006, les films européens réalisent en moyenne 82% de leurs entrées européennes sur un seul territoire, et 94% sur trois territoires, contre 25% et 56% pour les films à financements américains.

Ces productions relèvent d'économies très différentes. Nous l'avons évoqué pour Hollywood, il en est de même pour n'importe quelle production qui peut s'appuyer sur un marché mondial et qui ne jouera pas dans la même catégorie que des productions plus confidentielles, locales, de niche.

Mais ces deux économies ne sont pas parfaitement étanches, loin de là, car elles s'appuient sur les mêmes entreprises de diffusion, de promotion et, parfois, de production. Un film « confidentiel » sera en concurrence avec d'autres auprès des exploitants de salles de cinéma qui auront à choisir, pour leur programmation, entre celui-ci et un *blockbuster* qui remplira assurément les salles. De même, ils seront en concurrence pour l'accès aux moyens de promotion : panneaux, écrans et encarts publicitaires. Enfin, ils pourront être en concurrence sur les moyens de production, par exemple les acteurs. Or l'injection de moyens financiers supplémentaires dans les industries culturelles se traduira par une inflation des cachets des talents, qui constituent la ressource rare, et l'accroissement de la concurrence pour l'accès à la diffusion et à la promotion par une augmentation des coûts associés (coût de l'exposition médiatique). Cela se traduit par un effet ciseaux, selon la même logique qui est sous-jacente à la loi de Baumol (Baumol & Bowen, 1966) : les productions du marché global voient l'augmentation de leurs recettes due à l'accroissement de leur marché se répercuter sur leurs coûts (talents, promotion) mais aussi sur

Des industries culturelles aux industries créatives :
un changement de paradigme salutaire ?

ceux des productions qui ne réalisent pas de gains de productivité liés à des économies d'envergure. Le soutien public continue à creuser cet écart et à compliquer l'accès aux outils de production, de promotion et de diffusion pour les productions plus modestes. Ce sont ainsi des barrières à l'entrée qui s'érigent, et limitent le renouvellement.

2.3. La difficulté à prendre en compte les risques pour la créativité

Ces difficultés sont entretenues par l'organisation même des processus de décision de définition des aides, en France et en Europe. Ils reposent sur trois éléments importants : la difficulté d'évaluation des politiques culturelles, le poids du *lobbying*, et l'absence de représentation des *outsiders*, aspirants créateurs et entrepreneurs de la culture.

La difficulté d'évaluation des politiques culturelles tient à plusieurs caractéristiques de la culture, notamment la difficulté de sa définition. Une évaluation de l'action publique en matière culturelle semble confinée à des démarches quantitatives (Paris, 2004). En effet, les objectifs formulés autour du soutien à la culture mettent en avant des notions comme la défense ou la construction d'identités culturelles ou la promotion de la diversité culturelle, autant de concepts qui s'accordent mal avec des indicateurs quantitatifs comme le nombre de productions annuelles ou le *box-office* (Paris, 2003).

Compte tenu de cet état de fait, l'évaluation qualitative de la culture, qu'elle soit réalisée *ex ante* ou *ex post*, est problématique. Dans le premier cas se pose la question de la légitimité de l'évaluateur et, en la matière, l'expertise est monopolisée par les acteurs du secteur eux-mêmes. Seuls les professionnels sont réputés en mesure d'évaluer la dimension innovante ou esthétique d'un projet de création, ce qui revient à dire que l'évaluation est confiée aux acteurs mêmes du secteur. Les tentatives d'évaluation *ex post* mettent en avant une autre difficulté. Les résultats des créations (chiffres de ventes) apparaissent comme un critère objectif aux yeux des acteurs extérieurs. C'est ainsi que les pourfendeurs du cinéma français assèment régulièrement, au regard des chiffres, que soutenir ce cinéma revient à financer d'un côté des œuvres qui n'intéressent personne et de l'autre des œuvres qui n'avaient pas besoin d'un soutien. Outre le caractère fallacieux d'une telle argumentation – soit ils ne marchent pas et on les a donc soutenus pour rien, soit ils marchent et il n'y avait pas besoin de les soutenir... –, elle repose sur une méconnaissance des spécificités de la création, sur lesquelles nous reviendrons.

Thomas PARIS

Finalement, seuls les « professionnels » sont habilités à évaluer la qualité de la production. En outre, compte tenu de la spirale que nous avons mise en avant, ils sont amenés à attirer l'attention des pouvoirs publics sur les fragilités du secteur, le danger pour la diversité culturelle, et la précarité des petites entreprises. Le *lobbying* est un mode de fonctionnement efficace pour organiser la rencontre des points de vue. La difficulté en la matière est que les aspirants de la culture – créateurs ou entrepreneurs – ne sont pas représentés, et ne pourront jamais mettre en avant le fait que l'accès aux moyens de création est rendu plus délicat par ces spirales inflationnistes. Autrement dit, les conditions de la créativité du secteur, c'est-à-dire du dynamisme et du renouvellement créatifs impulsés notamment par les nouveaux entrants, sont mises à mal sans que le système puisse le mesurer.

2.4. Le soutien public face à la « révolution » des TIC

Le développement des TIC au sein des industries culturelles met en jeu trois innovations : la numérisation, la compression, et les échanges de données de pair à pair (*peer-to-peer*). La première a contribué à une démocratisation⁵ des « outils de production » qui rend aujourd'hui caméras et tables de mixage ou de montage de qualité accessibles à tout un chacun. La deuxième permet de stocker sur très peu d'espace physique un nombre considérable de produits culturels sous forme numérique. La troisième donne à chacun la possibilité d'être distributeur de produits culturels et permet de faire passer les industries culturelles de l'ère des médias de masse à celle des médias communautaires ou individualisés.

Les TIC semblent favoriser *a priori* un regain de dynamisme et de créativité pour les industries culturelles : abaissement des barrières à l'entrée pour les aspirants créateurs, accès direct au consommateur, possibilité de faire vivre des niches. Cette perception a conduit à faire naître, dans un premier temps, la perspective d'industries culturelles beaucoup plus dynamiques, sans intermédiaires, favorables à la création. La notion de filières courtes eut ses heures de gloire aux premiers temps du mp3 (Benghozi & Paris, 2001), comme, plus récemment, celle de *Long Tail* (Anderson, 2006). Mais cette perception n'a pas résisté à l'épreuve de la réalité : les filières courtes sont restées très marginales et les hypothèses de la *Long Tail* ne se sont confirmées que de façon marginale (Benghozi & Benhamou, 2010).

La généralisation des TIC favorise aussi l'accès aux moyens de production et de diffusion au plus grand nombre, et porte ainsi la promesse d'une plus grande

⁵ Au sens de facilité d'accès.

Des industries culturelles aux industries créatives :
un changement de paradigme salutaire ?

diversité. Mais dans les faits, elle s'accompagne d'effets qui peuvent remettre en cause celle-ci. D'une part, l'augmentation de l'offre disponible ne résout pas les questions de financement de la création. Au contraire, elle rend beaucoup plus difficile la visibilité des productions, d'autant plus que s'y ajoute, dans l'univers numérique, un phénomène de concentration de la distribution et donc de la prescription. Dans l'édition, les entreprises de distribution électronique, comme Amazon, sont susceptibles de prendre des positions hégémoniques, et de se substituer à la diversité du réseau de librairies, ce qui risque d'engendrer une concentration de la fonction de prescription.

D'autre part, les TIC favorisent le développement d'entreprises de production ou diffusion qui proposent des modèles de sélection et de prescription nouveaux, via des systèmes logiciels, ou en mobilisant les internautes (*crowdsourcing*). Dans ces modèles, le choix humain caractéristique des industries de la création est remplacé par des systèmes alternatifs, moins coûteux, moins risqués et donc plus attractifs pour les investisseurs. Une concentration des moyens au profit de ces prescripteurs, que l'on peut qualifier de techniques ou de communautaires, n'est pas à exclure, pas plus qu'une focalisation de la consommation sur ces productions. La surabondance peut ainsi s'accompagner d'une plus grande difficulté d'accès à la visibilité pour les œuvres qui passent par des modes de sélection et de prescription traditionnelles.

Dans ces conditions, il en ressort que la question du soutien public dans les industries culturelles n'a pas été rendue caduque par l'avènement des TIC. Sa nécessité n'est pas remise en cause, mais les bouleversements induits par les TIC ont contribué à un renouvellement du questionnement. Les débats que l'on a pu observer dans certains pays sur la musique ou le livre rendent compte d'une difficulté, pour les pouvoirs publics, à appréhender ces transformations. Face à ces mutations, leur position a longtemps oscillé entre la crainte d'un effondrement global du modèle économique, sous les effets du développement des pratiques de téléchargement illicite ; et la perspective d'un accès à la culture plus large et plus ouvert tant pour les créateurs que pour les consommateurs.

La difficulté à penser les transformations des industries culturelles, autrement que par des logiques défensives, traduit bien l'inadaptation de l'arsenal théorique disponible. C'est pourquoi la troisième partie de cet article propose une voie pour sortir de cette difficulté, en proposant d'asseoir les interventions publiques sur un paradigme spécifique, autre que le paradigme d'économie de la culture que nous avons présenté, qui intègre la compréhension de la dynamique de ces secteurs.

3. Un corpus théorique comme soubassement au soutien public des industries culturelles

Un soutien public déconnecté d'une analyse approfondie des spécificités sectorielles se traduit par des effets pervers ou contre-productifs. Les industries culturelles nécessitent un soutien public, soit, mais elles ne nécessitent pas un soutien public parce qu'elles relèvent d'une économie de la culture. Elles nécessitent un soutien public, dans le cadre d'enjeux de diversité culturelle, parce que leur fonctionnement ne porte pas intrinsèquement cette diversité culturelle.

Dans cette partie, nous proposons des fondements nouveaux qui reposent sur une compréhension de ce qui fonde les spécificités des industries culturelles. Nous défendons l'idée que tout mode d'intervention publique doit s'appuyer sur un argumentaire qui mette en avant les deux caractéristiques suivantes des industries culturelles : ce sont des biens de création, et ce sont des biens informationnels. Dès lors, le soutien public aux industries culturelles doit puiser ces racines dans un corpus renouvelé, reposant non plus sur l'économie de la culture, mais sur l'économie de la création d'un côté, et sur l'économie de l'immatériel de l'autre.

3.1. L'économie de la création

Les biens culturels sont des produits de création ; les spécificités des activités de création ont des conséquences importantes sur leur économie (Caves, 2000) : il s'agit de l'importance du risque, de la dimension construite de la valeur des produits et du poids de la dimension entrepreneuriale dans le dynamisme sectoriel.

Caves (2000) évoque la *nobody knows property* pour insister sur l'incertitude fondamentale et le caractère extrêmement risqué de ces industries : on ne peut jamais prédire du succès ou d'un échec d'un projet. Cette propriété explique notamment la structure particulière – d'oligopoles avec franges – des industries culturelles : la concentration constitue une façon de gérer le risque par la loi des grands nombres. Elle explique le taux très faible de productions rentables dans toutes ces industries. Elle explique aussi la surabondance de l'offre, déjà évoquée, qui consiste à reporter une partie importante des sélections sur le marché. Pour que quelques « produits » soient des succès, il faut en proposer un grand nombre. Il serait erroné de vouloir supprimer ce risque car il est

Des industries culturelles aux industries créatives :
un changement de paradigme salutaire ?

consubstantiel de ces industries, et traduit l'importance de produits innovants dans ces secteurs. On parle d'économie de l'offre. Du point de vue de la régulation, cela signifie qu'il ne faut pas chercher à annihiler ce risque mais à faire en sorte qu'il soit pris. L'argument selon lequel on produit trop de films en France parce que seule une poignée d'entre eux sont rentables a ceci d'erroné que, *ex post*, on n'aura toujours qu'un faible pourcentage de produits rentables. Mais il est nécessaire d'en produire suffisamment pour en avoir un certain nombre, et nul n'est en mesure *ex ante* de prédire ceux qui rencontreront le succès.

La dimension construite de la valeur des produits est une autre dimension importante. La vision selon laquelle un produit aurait une valeur intrinsèque, qui suffirait à expliquer son succès ou son échec, est particulièrement erronée dans ces industries. La valeur du produit se construit dans la production même des biens, mais aussi tout au long de la chaîne qui va amener le produit au consommateur (Becker, 1988). Chaque maillon de la chaîne de valeur intervient aussi comme filtre de l'offre : en choisissant d'éditer, ou de référencer, ou de mettre en avant, tel produit plutôt qu'un autre, il contribuera à lui donner de la valeur. L'acceptation d'un manuscrit par un éditeur constitue un signal et lui donne donc une valeur par rapport aux manuscrits qui n'ont pas été retenus. Cet aspect important s'accompagne du fait que les produits peuvent avoir besoin de temps pour trouver leur public : c'est le lot des produits innovants. Or la prise de risque et le besoin de temps sont rendus difficiles par les structures industrielles de ces secteurs et le rôle qu'y jouent les canaux de distribution, car à côté des productions nouvelles plus risquées, il y aura toujours des productions moins audacieuses, reprenant des recettes éprouvées, s'appuyant sur des artistes installés, qu'il sera moins risqué de financer ; à côté des œuvres d'avant-garde, il y aura toujours des productions plus formatées, beaucoup moins risquées à promouvoir et à diffuser. La concurrence de produits aux économies très différentes à divers niveaux de la chaîne tend à privilégier les moins risqués.

La prégnance de la dynamique entrepreneuriale est une troisième caractéristique essentielle de ces industries. Dans ces secteurs, les barrières à l'entrée à la production sont relativement peu élevées, mais les nouveaux entrants, qu'ils soient créateurs ou éditeurs, ne peuvent être visibles qu'en proposant des produits fortement différenciés. Les grandes entreprises sont beaucoup moins fragiles que les petites structures de production, mais sont aussi moins enclines, du fait d'une structure de coûts faisant plus de place aux coûts fixes, à la prise de risque (Benghozi & Moire, 1987) et au renouvellement. Ces observations expliquent la division du travail entre petites et grandes entreprises à l'œuvre dans les industries culturelles, et mettent en évidence

Thomas PARIS

l'importance de cet équilibre. La dynamique créative est entretenue principalement par les nouveaux entrants.

3.2. L'économie de l'information

Les industries culturelles relèvent de l'économie de l'information au sens de (Shapiro & Varian, 1998). Les biens informationnels s'apparentent à des biens collectifs, qui répondent aux propriétés de non-rivalité et non-excluabilité. Dès lors qu'un bien de ce type est disponible pour un consommateur, il l'est pour tous, ce qui pose des problèmes de passager clandestin et, donc, de financement. Plusieurs solutions sont mobilisées pour répondre à la problématique de financement de ces biens. (David, 1993) en présente trois sous le nom des « 3P » : prise en charge directe par l'Etat (*procurement*), subvention par l'Etat (*patronage*) et mise en place d'un système de droits de propriété intellectuelle (*property*). D'autres réponses au problème des biens collectifs sont possibles : en faire des biens collectifs impurs, par exemple en les liant à des biens non collectifs ; c'est le cas lorsque l'on incorpore de la musique (bien collectif) à un support physique (Paris, 1999).

Cette première caractéristique justifie l'intervention de l'Etat comme garant d'un système de droits de propriété intellectuelle (Etat « régulateur » dans notre typologie supra) ou comme financeur.

Les biens informationnels ont une autre caractéristique structurante : leur production implique un investissement unitaire important et un coût marginal de reproduction quasi nul. Il en résulte deux conséquences. D'une part, l'investissement est défini en fonction de la taille du marché visé. C'est la raison pour laquelle les produits visant un marché de masse peuvent s'appuyer sur des moyens sans commune mesure avec des produits dont la cible sera plus restreinte. Par exemple, les films de Hollywood sont conçus pour un marché premier très important – les États-Unis – et en se destinant d'emblée aux marchés internationaux. Cela leur confère des moyens beaucoup plus importants pour la production, mais aussi pour le marketing, ce qui se traduit par le phénomène que nous avons décrit sous le nom d'effet ciseaux.

Autre conséquence de cette caractéristique, la faiblesse des coûts marginaux permet aux détenteurs de droits d'amortir leurs investissements en fonction de la propension à payer des acheteurs ou consommateurs, et peuvent donc mettre en œuvre des stratégies très concurrentielles. Cela se traduit par des pratiques de discrimination des consommateurs par les prix. C'est le système que l'on retrouve par exemple dans la chronologie des médias, selon laquelle les consommateurs ayant la plus grande propension à payer s'acquittent effectivement d'un ticket plus élevé en contrepartie de la possibilité

Des industries culturelles aux industries créatives :
un changement de paradigme salutaire ?

de le voir dès sa sortie et dans des conditions de spectacle (salles de cinéma). Les autres paieront moins cher mais verront le film plus tard dans des conditions "dégradées" (en vidéo ou à la télévision).

La faiblesse du rapport coûts de reproduction sur coûts de production permet aussi des stratégies de concurrence par les prix: les distributeurs peuvent "imposer" leurs contenus avec des prix très bas. Ainsi, sans système de régulation, les chaînes de télévision nationales auraient assez facilement tendance à privilégier l'achat de programmes à l'étranger plutôt que la production de programmes spécifiques, parce que les programmes achetés à l'étranger peuvent être vendus à des coûts très inférieurs aux coûts de production.

Les productions « commerciales » et les productions « artistiques »⁶ reposent sur des économies très différentes, les unes conçues pour un marché global, les autres destinées à des marchés de niche, mais les unes et les autres se trouvent en concurrence sur les moyens de financement, et plus encore de diffusion. Cet état de fait pose des questions de concurrence qui débouche sur les problèmes de diversité culturelle.

3.3. Quelles conséquences pour l'intervention publique ?

L'économie de la création et l'économie de l'information définissent à la fois les conditions propres à la création et les limites auxquelles les industries culturelles font face dans une logique d'économie de marché. L'économie de la création implique en effet des dynamiques spécifiques qui sont au cœur de la dynamique de la création : renouvellement par les nouveaux entrants, entrepreneuriat et prise de risque... L'économie de l'information se traduit par des logiques inflationnistes et des formes de distorsion de concurrence préjudiciables à la diversité.

Dans ces conditions, une intervention publique doit pouvoir préserver cette dynamique propre tout en limitant les effets de distorsion de concurrence. Sans épuiser la question des formes qu'elle pourrait prendre, nous proposons quelques éléments de réponse : que tout système de soutien public doit faire en sorte de limiter les barrières à l'entrée pour les nouveaux entrants, qu'elle doit préserver la notion fondamentale de prise de risque individuelle, qu'elle doit favoriser la diversité des modes de financement, de distribution et de

⁶ Cette terminologie, utilisée pour les besoins de l'exposé, ne traduit en rien une partition nette entre deux types de productions dans les industries culturelles : la frontière n'est pas évidente, et certains produits relèvent des deux catégories.

Thomas PARIS

prescription, bref de ceux que (Caves, 2000) appelle les *gatekeepers*, le rôle de ces *gatekeepers* état tout sauf neutre sur la production.

L'une des questions fondamentales à laquelle ne répond pas l'économie de la culture une fois validé le principe d'un système de soutien, est celle du choix des projets à soutenir. Qui fait les choix ? En la matière, trois solutions existent, chacune avec ses inconvénients. Le marché ? C'est la solution qui consiste à faire appel à une batterie d'outils de marketing pour identifier ce qui peut plaire ou pas. Cette solution conduit d'une certaine manière à un formatage de l'offre et à une limitation de la prise de risque dans les projets, alors que le dynamisme créatif dans les industries culturelles repose en général sur la notion d'avant-garde, caractéristique de projets audacieux défendus sur le marché suffisamment longtemps pour s'imposer aux consommateurs. Les pouvoirs publics ? Cela donne lieu, avec tout ce que cela peut porter de péjoratif, à un art officiel. Les pairs ? Laisser les pairs décider des projets à soutenir, c'est le système en vigueur dans le cinéma français, et qui donne lieu à des critiques récurrentes parce qu'il se traduirait par des mécanismes de renvoi d'ascenseur, copinage, népotisme... En outre, chacun de ces trois systèmes affaiblit, dans leur liberté de choix, de prise de risque, et d'engagement, les filtres et prescripteurs.

Une quatrième solution est de confier les choix à des acteurs dont le rôle serait de prendre des risques sur un projet et de les défendre. C'est d'ailleurs la solution sur laquelle s'appuient spontanément les industries culturelles: le producteur - ou éditeur, dans l'édition - joue ce rôle. Cet acteur est la clé de voûte d'un fonctionnement "schumpétérien" de ces industries: il est celui qui prend un risque personnel pour s'engager sur des choix auxquels il croit. L'intervention publique, pour préserver la dynamique du système, ne doit pas l'affaiblir dans sa capacité à prendre des risques, et à faire les choix qui vont avec.

Nous voici ainsi devant cette délicate équation. La dynamique schumpétérienne semble la plus vertueuse dans ces industries, mais, dans le même temps, un soutien public paraît aujourd'hui nécessaire. Concilier l'un et l'autre est le défi auquel doit répondre une intervention publique. Aujourd'hui, le système de soutien dans le cinéma se traduit par un double transfert de la prise de risque et de la prise de décision vers les pouvoirs publics, ce qui entraîne un affaiblissement de la fonction de producteur. Une voie à creuser pourrait dès lors être d'évoluer d'un système de soutien des projets à un système de soutien des producteurs. Outre que cette solution soulève des problèmes de distorsion de concurrence entre acteurs économiques, elle pose la question des critères de choix des acteurs soutenus.

Conclusion

La question du soutien public aux industries culturelles est doublement complexe, d'une part parce que les industries culturelles s'inscrivent dans une économie marchande ; d'autre part parce que les systèmes existants, notamment en France, se traduisent par des effets pervers parfois contre-productifs. Dans cet article, nous avons souligné que cette difficulté nécessitait d'appuyer toute action publique dans les industries culturelles sur un corpus renouvelé, qui aille au-delà de celui de l'économie de la culture, pour prendre la mesure des spécificités de l'économie et de la dynamique de ces secteurs. Car une raison des inefficacités structurelles que nous avons décrite est l'inadéquation de l'argumentaire mobilisé, issu de l'économie de la culture, pour orienter les solutions proposées. Ces arguments, en même temps qu'ils légitiment une intervention publique dans les industries culturelles, mettent bien en évidence combien un soutien aveugle peut s'avérer contre-productif. Par exemple, la fragilisation des petites structures par l'inflation ou la dilution du risque sur une multitude d'acteurs est une conséquence du soutien public au cinéma français ; elle peut aller à l'encontre du dynamisme créatif.

Toute intervention publique doit ainsi tenir compte des spécificités des industries culturelles : l'importance du risque et de la prise de risque pour les entrepreneurs, la division du travail entre petites et grandes entreprises, l'importance du temps pour les biens culturels innovants.

En mobilisant un arsenal théorique renouvelé, qui mobilise l'économie de la création et l'économie de l'information, nous avons pu mettre en évidence les caractéristiques des industries culturelles dont la mise en œuvre d'un soutien public doit tenir compte. Les industries culturelles reposent sur des économies spécifiques, dans lesquelles les notions de risque, d'abondance, de différenciation, de valeur construite sont exacerbées. L'enjeu d'un soutien public dans ces secteurs consiste alors à répondre aux problématiques de distorsion de concurrence par les budgets tout en renforçant le modèle schumpétérien de ces industries qui s'appuie sur le rôle central du producteur.

Depuis quelques années, un débat nourrit la réflexion académique autour du rapport entre industries créatives et industries culturelles. Les secondes sont-elles une sous-partie des premières ? Sont-elles deux ensembles distincts, qui se différencieraient par la nature de la production ou par les modes de diffusion de leur production ? Sans prendre parti ici dans ces débats, nous avons néanmoins montré que cette distinction pouvait être fertile pour penser les politiques publiques.

Références Bibliographiques

- ANDERSON C., 2006, *The Long Tail : Why the Future of Business is Selling Less of More*, New York, Hyperion Books.
- BAUMOL W.J. et W.G. BOWEN, 1966, *Performing Arts: the Economic Dilemma*, Cambridge, MIT Press.
- BECKER H., 1988, *Les Mondes de l'art*, Paris, Flammarion.
- BENGHOZI P.J. et F. BENHAMOU, 2010, « The Long Tail : Myth or Reality ? », *International Journal of Arts Management* 12, 3, pp. 43-53
- BENGHOZI P.J. et C. MOIRE, 1987, « Petit éditeur peut-il devenir grand ? », *Gérer et Comprendre*, n°8, Septembre, pp. 18-27.
- BENGHOZI P.J., et T. PARIS, 2001 : « L'industrie de la musique à l'âge d'Internet », *Revue Gestion* 2000, 2, mars-avril, pp.41-60.
- BENGHOZI P.J., T. PARIS, et M. de SAINT PULGENT, 2003, *Mondialisation et diversité culturelle. Le cas de la France*. Les Notes de l'Ifri n°51 – Réactions et réponses à la mondialisation, n°6., Paris, IFRI.
- BENHAMOU F., 2000, *L'Économie de la culture*, Paris, Editions La Découverte.
- BONNELL R., 2001, *La Vingt-cinquième image. Une économie de l'audiovisuel*, Paris, Gallimard. Troisième édition.
- BONNELL R., 2002, « L'hégémonie hollywoodienne : un état des lieux », dans PARIS T. (dir.) : « Quelle diversité face à Hollywood ? », *CinémAction*, Condé/Noireau, Corlet, pp. 42-44.
- CAVES R., 2000, *Creative Industries – Contract between art and commerce*, Harvard, Harvard University Press.
- DAVID P.A., 1993, "Intellectual property institutions and the panda's thumb: Patents, copyrights, and trade secrets in economic theory and history", in National Research Council (ed.), *Global Dimensions of Intellectual Property Rights in Science and Technology*, Washington D.C., National Academy Press, pp. 19-64.
- EUROPEAN COMMISSION, 2007, *Communication on a European agenda for culture in a globalizing world*, Brussels, Commission to the European Parliament, the council, the european economic and social committee and the committee of the regions.

Des industries culturelles aux industries créatives :
un changement de paradigme salutaire ?

- FARCHY J. et D. SAGOT-DUVAUROUX, 1994, *Economie des politiques culturelles*, Paris, PUF.
- FUMAROLI M., 2006, « Le crépuscule de l'Etat culturel », *Le Débat*, n°142, novembre-décembre, pp 144-147.
- HEINICH N., 2006, « Politique culturelle : les limites de l'Etat », *Le Débat*, n°142, novembre-décembre, pp 134-143.
- LANG J., 2006, « Oser changer », *Le Débat*, n°142, novembre-décembre, pp. 148-152.
- MESSIER J.-M. (2001), « Vivre la diversité culturelle », *Le Monde*, 10 avril 2001, p.1.
- PARIS T., 1999, *Le Droit et les auteurs – La gestion du droit d'auteur en France, entre systèmes locaux et régulation globale*, Thèse de doctorat, Ecole polytechnique, Paris.
- PARIS T., 2002, « Industries culturelles et mondialisation », dans T. MONTBRIAL et P. MOREAU DESFARGES (dir), *RAMSES 2003. Les grandes tendances du Monde*, Paris, Dunod, pp. 89-103.
- PARIS T., 2003, « Diversité culturelle : vœu pieux ou principe de politique culturelle ? », dans P.J. BENGHOZI, T. PARIS et M. de SAINT PULGENT, *Mondialisation et diversité culturelle. Le cas de la France*. Les Notes de l'Ifri n°51 – Réactions et réponses à la mondialisation, n°6, Paris, IFRI, pp 65-71.
- PARIS T., 2004, « Diversité culturelle et mondialisation », dans T. MONTBRIAL et P. MOREAU DESFARGES (dir), *RAMSES 2005. Les faces cachées de la mondialisation*, Paris, Dunod, pp. 173-187.
- REGOURD S., 2002, *L'Exception culturelle*, collection « Que sais-je ? », Paris, PUF.
- REYNAUD-CRESSANT B., 1982, « La dynamique d'un oligopole avec frange : le cas de la branche d'édition de livres en France », *Revue d'économie industrielle*, n°22, 4^{ème} trimestre, pp. 61-71.
- SAINT-PULGENT (de) M., 2006, « Droit ou marché ? », *Le Débat*, n°142, novembre-décembre, pp. 65-71.
- SHAPIRO C. et H.R. VARIAN, 1998, *Information Rules : A Strategic Guide to the Network Economy*, Harvard, Harvard Business School Press.
- URFALINO P., 2006, « Le soutien public à l'économie de la vie artistique », *Le Débat*, n°142, novembre-décembre, pp. 158-162.