

## Table des matières

INTRODUCTION .....	5
Constat.....	5
Hypothèses.....	8
Principes.....	15
CHAPITRE 1	
TROIS PARADIGMES SPÉCIFIQUES DES INDUSTRIES DES BIENS SYMBOLIQUES.....	31
Le paradigme industriel de la convergence .....	38
<i>Les acteurs des plateformes appelés à dominer     les industries des biens symboliques.....</i>	40
<i>Les industries de la culture absorbées     au sein d'une filière unifiée.....</i>	41
<i>La culture définie comme l'ensemble des « contenus »     culturels industrialisés associés à des services et accessibles     via des plateformes.....</i>	42
<i>Des « accédants » consommateurs .....</i>	42
<i>Les libéralisations sectorielles,     enjeu central de politique publique.....</i>	43
Le paradigme industriel de la collaboration .....	44
<i>Les plateformes de contenus collaboratifs     et de réseaux sociaux occupent la fonction centrale .....</i>	46

<i>Les industries de la culture décrites comme étant tendanciellemment en voie de disparition</i> .....	50
<i>La culture définie comme la « culture des amateurs »</i> .....	51
<i>Les agents sociaux et la culture: des participants en réseaux</i> ...	53
<i>Un impératif clef de politique publique, les droits de la propriété intellectuelle</i> .....	54
Le paradigme industriel de la création .....	54
<i>Les acteurs qui occupent la fonction centrale articulent leurs offres avec des produits de création en aval des filières</i> ...	56
<i>Les industries de la culture, étendues aux industries créatives, deviennent des prestataires de services</i> .....	61
<i>La culture définie autour de la création</i> .....	62
<i>Le rapport des agents sociaux à la culture envisagé sous l'angle du développement du capital humain</i> .....	66
<i>Des politiques publiques en faveur de la création construites sur le modèle des politiques industrielles standard?</i> .....	69
CHAPITRE 2	
FILIÈRES INDUSTRIELLES ET STRATÉGIES DES ACTEURS .....	73
L'accent mis sur la <i>modélisation</i> et sur l'organisation des activités productives autour de <i>filères</i> .....	76
Au cœur des industries culturelles .....	82
<i>Leurs traits spécifiques fondateurs</i> .....	82
<i>Deux nouvelles filières d'industries culturelles</i> .....	85
Les mutations en cours des industries culturelles .....	91
<i>La domination grandissante des industries de la communication sur les industries de contenu</i> .....	91
<i>La réduction de l'importance de la dialectique du tube et du catalogue</i> .....	92
<i>L'emprise des Tic (numériques) sur les pratiques culturelles et informationnelles</i> .....	94
<i>En perspective: l'affirmation des droits de la propriété intellectuelle face au droit d'auteur et au copyright</i> .....	96

<i>Maintien des filières «historiques» mais apparition de caractéristiques communes interfilières.....</i>	96
Une modélisation plus difficilement envisageable avec d'autres filières industrielles .....	98
<i>Les traits pertinents.....</i>	100
<i>Les mutations en cours .....</i>	111
CHAPITRE 3	
LES TRANSFORMATIONS DU SECTEUR DES INDUSTRIES DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION.....	
	121
Entre industries de contenu et industries de la communication : quelles articulations? .....	122
La domination des nouvelles <i>majors</i> , les <i>Big Four</i> .....	129
<i>La puissance financière, à la fois signe, résultat et condition de leur domination.....</i>	130
<i>L'archétype Google .....</i>	132
<i>Chacun contre tous.....</i>	135
L'intermédiation, un positionnement décisif.....	136
<i>Des approches contestables.....</i>	136
<i>Jalons pour un positionnement de l'intermédiation .....</i>	141
<i>Vers une approche en rapport avec les développements industriels et techniques .....</i>	143
L'émergence de nouveaux contenus.....	147
CHAPITRE 4	
MODÈLES SOCIO-ÉCONOMIQUES, ENTRE INDUSTRIES CULTURELLES ET INDUSTRIES CRÉATIVES.....	
	153
D'un modèle, l'autre.....	154
<i>Structure du modèle.....</i>	155
<i>Choix d'un modèle.....</i>	157
<i>Enjeux sociétaux.....</i>	159

Entre industries culturelles et industries créatives, la tentation éditoriale .....	162
<i>La signature d'un artiste sur une montre</i> .....	163
<i>Industrie brassicole, tournant créatif</i> .....	165
Au service des industries créatives, le courtage informationnel	169
<i>Première séquence: intermédiation organisationnelle</i> .....	169
<i>Deuxième séquence: intermédiation stratégique</i> .....	172
<i>Troisième séquence: intermédiation informationnelle</i> .....	175
CHAPITRE 5	
L'INDUSTRIALISATION DES BIENS SYMBOLIQUES ET L'ADAPTATION DES POLITIQUES PUBLIQUES ET DE RÉGULATION.....	181
Idéologie de l'industrialisation des biens symboliques et action publique .....	184
<i>Les notions de diversité culturelle et d'industries créatives, de nouvelles remises en cause de l'exception culturelle</i> .....	185
<i>Du soutien aux industries culturelles à la fin annoncée des industries et des politiques culturelles</i> .....	189
<i>Une remise en cause des politiques de soutien à l'offre au nom de la diversité culturelle</i> .....	196
Un cadre institutionnel français très cloisonné.....	200
<i>Mesures spécifiques versus mesures non spécifiques</i> .....	201
<i>Un cloisonnement par filière et par objectif</i> .....	203
<i>De nombreuses mesures ponctuelles de soutien aux acteurs des industries de la culture</i> .....	207
<i>L'action publique en faveur des industries de la culture et le numérique</i> .....	210
Des actions en faveur des droits de la propriété intellectuelle	214
À SUIVRE .....	229
BIBLIOGRAPHIE .....	239