

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</i> <i>les industries des biens symboliques.....</i> | 40 |
| <i>Les industries de la culture absorbées</i> <i>au sein d'une filière unifiée.....</i> | 41 |
| <i>La culture définie comme l'ensemble des « contenus »</i> <i>culturels industrialisés associés à des services et accessibles</i> <i>via des plateformes.....</i> | 42 |
| <i>Des « accédants » consommateurs</i> | 42 |
| <i>Les libéralisations sectorielles,</i> <i>enjeu central de politique publique.....</i> | 43 |
| Le paradigme industriel de la collaboration | 44 |
| <i>Les plateformes de contenus collaboratifs</i> <i>et de réseaux sociaux occupent la fonction centrale</i> | 46 |

| | |
|---|----|
| <i>Les industries de la culture décrites comme étant tendanciellemeent 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 |