

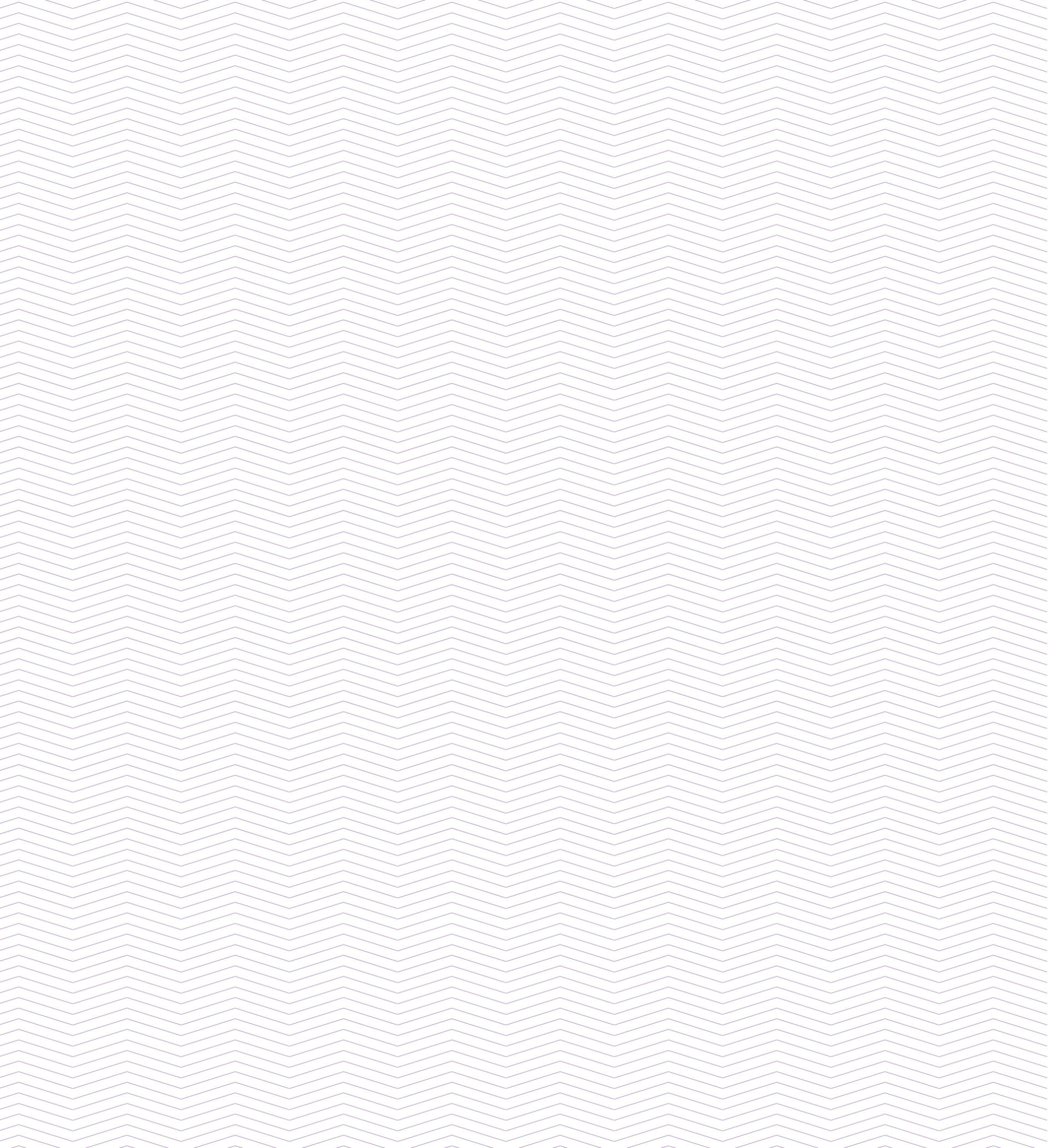
# Rapport d'activité 2017



**IC** industries  
culturelles &  
**CA** création  
artistique

| Laboratoire d'excellence |





**IC** industries  
**CA** culturelles &  
création  
artistique



Le LabEx ICCA poursuit depuis sa création en 2011 ses travaux autour des Industries Culturelles et de la Création Artistique.

Comme le montre le présent rapport d'activité 2017, les recherches réalisées, les relations avec les acteurs et organismes culturels, la dimension internationale ainsi que le soutien aux jeunes chercheurs constituent les points marquants du LabEx ICCA.

Leur convergence se manifeste aujourd'hui tout particulièrement autour de deux projets structurants: la place des « Plateformes numériques » dans la production et la commercialisation des biens culturels, ainsi que celle du « Modèle français » dans un contexte de grande et rapide mutation technologique à l'échelle mondiale. Ils impliquent chercheurs et acteurs socio-économiques, en France, mais aussi en Amérique du Sud, en Inde et au Maghreb, et associent très activement jeunes chercheurs, doctorants et post-doctorants, et équipes étrangères dans la construction de réseaux sur lesquels s'appuie l'organisation de nombreuses manifestations scientifiques.

Le LabEx ICCA renforce ainsi son rôle de plaque tournante des recherches sur les industries culturelles et créatives.

**Bertrand Legendre**  
DIRECTEUR DU LABEX ICCA

# sommaire

## rapport annuel 2017

### 08. le labex ICCA

### 10. les projets de recherche

12. presse - édition

16. production audiovisuelle

20. les jeux

25. art et numérique

32. les mystères de la création

35. art et dynamique territoriale

### 38. les événements ICCA

### 40. jeunes chercheurs

### 44. perspectives

### 46. publications

### 48. l'année en chiffres

LabSIC

EXPERICE

IRCAV

ENSADLAB

CEPN

CEISME

CERLIS

IRDA

IRMECCEN

# le LabEx ICCA

## LabEx pour Laboratoire d'Excellence !

Issus de deux appels à projet lancés par l'Agence Nationale de la Recherche en 2010 et en 2011, les LabEx, ou laboratoires d'excellence, sont des projets portés par des groupements de laboratoires en réseau ou coopératifs. Cette initiative d'excellence « vise à doter les laboratoires ayant une visibilité internationale de moyens significatifs pour leur permettre de faire jeu égal avec leurs homologues étrangers, d'attirer des chercheurs et des enseignants - chercheurs de renommée internationale et de construire une politique intégrée de recherche, de formation et de valorisation de haut niveau.

L'ambition de ces laboratoires d'excellence est :

- d'augmenter l'excellence et l'originalité scientifique, le transfert des connaissances produites et, par là même, l'attractivité internationale de la recherche française, tout en entraînant dans cette dynamique d'autres laboratoires nationaux ;
- de garantir l'excellence pédagogique et de jouer un rôle moteur dans les formations de niveau master et doctorat ;
- de s'inscrire dans la stratégie de son ou ses

établissements de tutelle et de renforcer la dynamique des sites concernés. » (source : Agence Nationale de la Recherche. AAP LabEX 2010).

### LES ÉQUIPES D'ICCA TRAVAILLENT NOTAMMENT SUR LES DOMAINES SUIVANTS :

- Édition, musique, cinéma et audiovisuel à l'ère du numérique (prospective et analyse des mutations induites par le numérique, stratégies d'acteurs, modèles économiques, créateurs, usages).
- Convergence des contenus (analyse des pratiques d'exploitation multisupports et de l'évolution des processus de conception des contenus) ; développement de nouvelles formes de production et de circulation des contenus en ligne.
- Régulation des industries créatives et de l'Internet (analyse des dispositifs et besoins de régulation ; aspects juridiques et économiques).

- Jeux vidéo et industries de l'éducation (analyse des interactions entre les secteurs du jeu vidéo et de l'éducation, serious games, e-learning).

- Apport de l'économie de la culture à la croissance, y compris dans les pays émergents, notamment dans la perspective de l'intégration des industries culturelles dans les industries créatives. Attractivité des territoires (analyse des enjeux territoriaux des industries culturelles et du numérique, emploi, aménagement, population, formation). ICCA est aussi un lieu de dialogue avec les organismes professionnels et les acteurs industriels des secteurs de la culture et des arts. Partenaire de référence et laboratoire d'idées, il exerce une fonction de veille, d'expertise et de prospective. Le LabEx ICCA est doté d'un conseil scientifique et d'un comité de pilotage.

Cette gouvernance propice aux projets collectifs et interdisciplinaires permet d'apporter de la cohésion et des liens entre laboratoires partenaires et chercheurs des différentes disciplines.

CONSEIL SCIENTIFIQUE		COMITÉ DE PILOTAGE
Présidents : <b>François Moreau</b> <b>David Throsby</b>		Président : <b>Bertrand Legendre</b>
Fabrice Rochelandet	<b>IRCAV</b>	Laurent Creton
François Moreau	<b>CEPN</b>	François Moreau
Pascale Garnier	<b>EXPERICE</b>	Gilles Brougère
François Mairesse	<b>CERLIS</b>	Olivier Thévenin
Emmanuel Mahé	<b>ENSADLab</b>	Emmanuel Mahé
Bruno Henocque	<b>CEISME</b>	M.-F. Chambat-Houillon
Philippe Bouquillion	<b>LabSIC</b>	Bertrand Legendre
Catherine Arnaud	<b>IRDA</b>	Céline Bloud-Rey
Franck Rebillard	<b>IRMECCEN</b>	Franck Rebillard

Project Manager du LabEx ICCA : **Vanessa Berthomé**

## le conseil scientifique

Le conseil scientifique comprend un représentant de chaque laboratoire partenaire ; il est présidé par François Moreau, professeur d'économie à l'université Paris 13, et chercheur au CEPN, et David Throsby, président d'honneur (Université Macquarie de Sydney). Le conseil scientifique a pour missions de définir les grandes orientations scientifiques (définitions des axes de recherches du LabEx,ancements d'appel à projets, séminaires, invitations de chercheurs), d'examiner les projets qui lui sont soumis et d'organiser les recrutements des post-doctorants et contrats doctoraux.

## le comité de pilotage

Le comité de pilotage est composé d'un représentant de chaque laboratoire partenaire. Il est présidé par le directeur du LabEx, Bertrand Legendre. Son rôle est notamment de définir les choix budgétaires (affectations des moyens en fonction des principaux postes de dépenses : contrats post-doctoraux, projets structurants et projets blancs), la stratégie de valorisation et de communication, la recherche de partenariats.



# Projets de recherche

L'ambition première du LabEx ICCA :  
Porter des projets de recherche  
contribuant de façon majeure à  
la compréhension des industries  
culturelles et créatives, à la définition  
de nouveaux modèles économiques et  
de régulation, à l'étude des nouveaux  
usages, des marchés émergents et de  
la transformation des cadres juridiques.  
Tous les ans, le labEx ICCA lance  
deux appels à projets non ciblés qui  
permettent de faire émerger des projets  
de recherche pluri-disciplinaires et  
trans-laboratoires développant des  
problématiques innovantes.

# Les nouveaux éditeurs européens

## Projet de recherche :

Les nouvelles entreprises d'édition en Europe

## Responsables scientifiques du projet :

Bertrand Legendre\_LabSIC  
Corinne Abensour\_LabSIC  
Sophie Noël\_LabSIC

Qui sont les nouveaux éditeurs ? Comment évolue le paysage éditorial européen ? Le secteur est-il innovant ? Le projet vise à dresser une photographie complète des entreprises d'édition et de leur fonctionnement et évolutions dans plusieurs pays européens (Grande-Bretagne, Espagne, Allemagne, Italie et France). La dernière décennie a été marquée par une reconfiguration du paysage éditorial avec des mouvements de concentration de grandes maisons (pour la France : Hachette / Vivendi / Editis ; La Martinière / Le Seuil ; Gallimard / Flammarion ; Volumen / Editis...). Dans le même temps, certaines des entreprises créées dans les 25 dernières années ont atteint aujourd'hui une taille et/ou une notoriété appréciables, parfois à l'échelle internationale (Bragelonne, L'Association, L'Olivier, La Martinière, Les Arènes, Mango, Nouveau Monde...). Par ailleurs, certains des petits éditeurs créés dans cette période, tout en gardant leurs spécificités, ont acquis une réelle visibilité aux yeux de libraires attentifs à une production originale et de qualité, et occasionnellement auprès des éditeurs de livres de poche, permettant ainsi d'imaginer que se trouvent parmi eux certains éditeurs importants de demain. La place prise dans le fonctionnement de la filière par les grands industriels

du numérique et l'attractivité ambiguë d'une structure comme Amazon aux yeux de nombreux petits éditeurs constituent un autre objet d'attention de cette étude. Cette question devrait permettre de confronter des situations en contexte ultralibéral (UK) et en contexte où les filières du livre, comme en France et en Allemagne, sont soutenues par des politiques très affirmées (ne serait-ce que par le régime de prix fixe) qui pourraient agir, paradoxalement, comme des facteurs de frein au développement de l'édition numérique. Plus encore, cette évolution sociologique de la population éditoriale est porteuse d'interrogations sur les intérêts communs de la filière, avec par exemple, une remise en cause des relations interprofessionnelles, de la notion même de « chaîne du livre » ou encore des politiques publiques et dispositifs de régulation là où ils existent.

Pour assurer la dimension internationale de l'enquête des chercheurs des différents pays concernés sont associés au projet. En s'inscrivant dans le prolongement de travaux menés en France sur les nouveaux éditeurs depuis les années 1970, cette recherche longitudinale apporte un éclairage sur le fonctionnement de la frange du secteur éditorial et son articulation à l'oligopole.



# Elle & Vogue ont-ils la même couleur partout ?

## Projet de recherche :

Étude comparative transnationale du degré d'internationalisation et de standardisation de la culture, de la représentation et de la mode dans les magazines féminins en Amérique du Nord et du Sud, en Europe et en Asie.

## Responsables scientifiques du projet :

Karine Taveaux-Grandpierre\_LabSIC  
Raphaëlle Moine\_IRCAV

Les éditions de Vogue et ELLE sont-elles les mêmes partout dans le monde ? Ces deux références en matière de presse féminine ont été mondialement exportées, avec respectivement 22 et 46 éditions, et ne cessent de se développer. Au terme d'un travail de collecte des différentes éditions sur une période de six mois, l'étude vise à déterminer les modalités d'adaptation par les éditeurs du contenu à la société dans laquelle les supports

sont édités. Sont-ils dans une démarche de « glocalisation » ou au contraire de standardisation ? L'étude est centrée sur trois grandes thématiques : la culture, la mode en tant qu'industrie créative et la représentation des corps. Au croisement de ces trois axes, la question spécifique de la relation entre stars et mode fera l'objet d'une recherche plus approfondie. La complémentarité du groupe de travail dans ses localisations (Brésil,

Canada, Espagne, Japon et France) et sa pluridisciplinarité (Communication, Histoire, Lettres, Sociologie, Cinéma et Audiovisuel, Etudes de genre) permettront de croiser de manière inédite et à l'échelle transnationale ces éléments relevant de la culture, des industries culturelles (les stratégies des groupes médias, Hearst et Lagardère), des industries créatives (la mode) et enfin du genre (le corps et les stars).

# Les industries culturelles et médiatiques du monde arabe

## Projet de recherche :

Réseau de recherche sur les industries culturelles et médiatiques dans les pays de la région MENA.

## Responsables scientifiques du projet :

**Abdelfettah Benchenna** [\\_LabSIC](#)  
**Dominique Marchetti** [\\_CNRS](#)

Les industries culturelles et médiatiques (cinéma, informations, livres, programmes télévisés, séries, etc.) dans les pays du Moyen-Orient et en Afrique du Nord connaissent des mutations sans précédent depuis deux décennies. Ces transformations, liées à la fois aux innovations technologiques et aux enjeux économiques et financiers croissants, conduisent les régimes politiques de la région à réguler et à investir dans différentes filières pour mieux contrôler les productions et la diffusion. Plus largement, une série de changements politiques ont produit des effets importants dans la production et la circulation des produits culturels dans cette région du monde.

Ce projet trouve son origine dans le faible intérêt porté par les recherches de langue française, en sciences humaines et sociales, à ces transformations. Il vise ainsi

à rassembler les chercheurs qui travaillent sur ces questions et à contribuer aux circulations des lectures entre espaces nationaux et régionaux. Les transferts transdisciplinaires sont volontairement très larges (études arabes, histoire, géographie, sciences du langage, sciences de l'information et de la communication, science politique et sociologie) et les échanges s'inscrivent dans un espace académique international où les travaux francophones sont relativement peu visibles.

En 2017, un séminaire du réseau s'est déroulé à la MSH Paris Nord autour de huit séances portant sur les phénomènes de circulation des biens culturels dans la région MENA, dont les vidéos sont disponibles en ligne sur la chaîne Youtube de la MSH Paris Nord. Afin de fédérer les différentes investigations qui sont menées depuis 2015, un premier terrain

de recherche porte sur les entreprises de presse, non adossées aux partis politiques, au Maroc et en Tunisie. Trois axes thématiques sont ainsi explorés : le profil des entrepreneurs de presse au prisme du contexte économique de ces deux pays, le mode de fonctionnement de ces entreprises dans la production de l'information et un décryptage du contrôle des médias opéré par les pouvoirs en place. L'équipe a également participé au projet "Media in Political Transition" du Centre for the Study of the International Relations of the Middle East and North Africa (CIRMENA) de l'Université de Cambridge financé par Al Jazeera Centre for Studies, qui a donné lieu à une publication dans le Journal of North African Studies consacré aux médias au Maroc.

*En savoir plus sur le projet :*  
[culturmena.hypotheses.org](http://culturmena.hypotheses.org)

# Qu'est-ce qu'un auteur aujourd'hui ?

## Projet de recherche :

La notion d'auteur au prisme des mutations socio-économiques de la filière du livre. Quelle remise en question dans le secteur des littératures de genre ?

## Responsables scientifiques du projet :

**Bertrand Legendre** [\\_LabSIC](#)  
**Sylvie Bosser** [\\_Cemti](#)

Traditionnellement légitimé par l'éditeur, de quoi l'auteur est-il désormais le nom ? De nombreuses mutations socio-économiques viennent aujourd'hui bousculer la notion d'auteur, parmi lesquelles l'autoédition et la désacralisation de l'acte d'écriture lui-même, avec la mise en place d'ateliers ou de formations. A titre d'exemple la pratique du Creative Writing représente depuis longtemps un passage obligé pour les aspirants anglo-saxons. La surproduction, la concurrence accrue, la rationalisation ou encore le recours au crowdsourcing sont autant de tendances qui redessinent les contours de la posture de l'auteur. En 2017, un séminaire de cinq rencontres, organisées à la Maison des Sciences de l'Homme, a permis d'établir un état des lieux des pratiques, discours, positionnements et représentations éditoriales. Les

tables rondes se sont plus particulièrement intéressées à la notion d'auteur au sein du secteur des littératures de genre, qui rencontrent un très fort succès auprès du lectorat, à la fois au format papier et numérique.

L'approche interdisciplinaire a permis d'examiner si les mutations de cette notion constituent une réelle rupture dans l'approche historique et sociologique des auteurs. Cette évolution a aussi été interrogée à l'aune des recherches sur la mutation de l'utilisateur en auto-producteur dans un contexte sociétal où la créativité est érigée en norme sociale. Jusqu'ici les recherches sur les industries culturelles et créatives s'étaient essentiellement focalisées sur l'amont et l'aval de la filière du livre, laissant en quelque sorte l'auteur dans une « zone grise ».



## Bio express



## Kira Kitsopanidou

Kira Kitsopanidou est professeure à l'Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3 où elle enseigne l'économie du cinéma et de l'audiovisuel. Ses recherches les plus récentes portent sur l'économie des séries, en particulier l'univers de création et de production (comparaison France/États-Unis), ainsi que sur la diffusion du cinéma et de l'audiovisuel en régime numérique.



## Olivier Thévenin

Olivier Thévenin est sociologue des arts, de la culture et des médias. Il enseigne à l'Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3. Ses travaux portent sur l'étude des publics du théâtre, des musées et des festivals de films, ainsi que sur les articulations entre les pratiques de sociabilité, les pratiques de communication à distance et les pratiques culturelles et de loisirs.

# “La série est devenue un produit culturel comme un autre”

Depuis janvier 2017, Kira Kitsopanidou et Olivier Thévenin ont lancé le projet de recherche « Socio-économie des festivals de séries TV et horizon temporel des spectateurs ».

## Quel est l'objet de votre recherche ?

Olivier Thévenin : « En juillet 2017 nous avons présenté lors d'un séminaire dédié les premiers résultats de notre enquête réalisée auprès des professionnels et festivaliers de la huitième édition du festival Séries Mania au Forum des Images à Paris. Une seconde restitution a été organisée en décembre 2017 avec comme témoin Pierre Barrette, chercheur à l'UQAM. Nous avons recruté cinq stagiaires parmi les étudiants en master pour mener ce travail d'enquête. La méthodologie comportait la réalisation d'une enquête en face à face administrée par tablette par sept enquêteurs pendant la durée du festival (516 répondants) et la conception d'un questionnaire web mixant questions qualitatives et quantitatives diffusé auprès de 5 000 festivaliers (base de données du Forum) cinq jours après la clôture du festival (533 répondants). Une

cinquantaine de contacts ont également été récoltés à la suite de l'enquête tablette pour participer à trois focus groups (entretiens collectifs) pendant la manifestation. »

## Quelles sont les principales conclusions de l'enquête Séries Mania ?

Olivier Thévenin : « Il ressort de l'enquête que les publics jeunes (15-24 ans) sont plus souvent que les autres spectateurs des primo-visiteurs de Séries Mania et qu'ils ont une préférence marquée pour regarder les séries en SVOD et dans une moindre mesure en streaming-gratuit. A priori, cette pratique de la SVOD n'est pas entravée par des aspects économiques chez cette catégorie de public qui a un pouvoir d'achat plutôt limité mais qui bénéficie probablement de l'accès illimité de leurs parents. Les offres de plateformes avec abonnements semblent probablement normaliser les pratiques des plus

jeunes vers l'offre légale, ceux-ci ayant par ailleurs un goût pour les webséries et une préférence pour les films fantastiques et les drames. Le groupe de 25-39 ans se compose des publics qui accèdent aux séries plus spécifiquement en streaming-gratuit. On peut risquer l'hypothèse qu'ils prolongent des habitudes de visionnements intensifs des séries acquies dans leur jeunesse et maintiennent leur pratique hors du cadre légal sans chercher nécessairement une alternative avec les abonnements illimités. Les 40-54 ans et les 55 ans et plus sont des catégories composées essentiellement de personnes qui sont fidélisées par le Forum des images. En plus de la fréquentation des séries en salle pendant le festival, ils continuent de regarder majoritairement les films en linéaire à la télévision. Certains spectateurs de cette catégorie expriment une préférence pour le genre policier (les 40-54), tandis que les 55 ans et plus ont des goûts plus éclectiques qui concernent à la fois l'aventure, les Biopic, les séries historiques, l'animation, les classiques, les dessins animés, les séries musicales. »

## Votre projet de recherche comporte un second volet, tourné vers l'évolution du secteur...

Kira Kitsopanidou : « Oui, en parallèle de l'enquête sur les publics, nous avons réalisé en 2017 une vingtaine d'entretiens avec des producteurs et scénaristes français, allemands, anglais, suédois et danois. L'objectif est de mener une réflexion sur l'évolution des contenus audiovisuels sous l'influence du numérique. Comment les grandes plateformes comme Netflix, Amazon ou Apple transforment-elles les normes d'écriture et l'organisation du secteur ? Les premiers entretiens ont permis d'établir une cartographie du modèle d'écriture français. Aujourd'hui, la création des séries se fait principalement sous la houlette de diffuseurs télé et le droit de regard de la chaîne est constant. Contrairement au

modèle américain, le poids du réalisateur est très important en France et le scénariste a un rôle marginal. Outre-Atlantique, on sait qu'une bonne série est bien écrite si le scénariste, le « show runner », suit le processus créatif dans son intégralité, de l'écriture de chaque épisode jusqu'au plan marketing. Certains jeunes scénaristes français commencent à travailler pour les plateformes et témoignent d'une plus grande liberté dans l'écriture. Ils parlent d'échanges réguliers et constructifs. En revanche, le poids des algorithmes se fait sentir dans les choix éditoriaux. Cela pose bien évidemment des questions au sujet de la diversité de l'offre culturelle à terme. Les algorithmes sont une boîte noire, les scénaristes n'y ont pas accès. »

## Le modèle américain de production va-t-il devenir la norme ?

Kira Kitsopanidou : « Nous assistons à une inflation de l'offre de séries, largement soutenue par les plateformes elles-mêmes, Netflix et Amazon en tête, pour enrichir leurs catalogues. En 2015, Amazon aurait dépensé plus de trois milliards de dollars dans les contenus. Netflix de son côté aurait investi entre 2016 et 2017 quelques 13 milliards de dollars pour ses créations originales (plus de 100 titres). A titre de comparaison, les investissements de Canal + en France dans la fiction originale s'élevaient actuellement à quelques 60 millions. L'arrivée de ces acteurs bouscule le secteur et entraîne de nouvelles stratégies : fin 2017, Disney a racheté la 21st Century Fox, récupérant entre autres les droits du catalogue patrimonial de la Fox et de très nombreuses séries TV. Disney a retiré son catalogue de Netflix et compte ouvrir sa propre plateforme de streaming courant 2018. De son côté, Apple commence à produire des séries. Quand on compare le potentiel d'investissement, il est certain que le jour où Apple ira de manière décisive dans cette voie, cela va encore rebattre les cartes. »



## Focus

## Colloque international : Distribution et ventes internationales des films et séries à l'ère du numérique

La distribution cinématographique et audiovisuelle s'est transformée sous l'effet combiné du numérique, de la mondialisation croissante des échanges et de l'arrivée d'acteurs transnationaux tels que YouTube, Netflix ou Amazon.

Ce colloque a proposé une réflexion sur la situation de la distribution, du cinéma à l'audiovisuel. Le choix d'étudier ces deux métiers ensemble résulte d'une volonté de comparaison permettant de faire émerger des zones de différenciation mais aussi des problématiques communes résultant de l'évolution plus globale de l'économie de l'audiovisuel. Ce colloque avait vocation à rassembler diverses catégories d'acteurs : des chercheurs travaillant dans une diversité d'approches (historiques, économiques, sociologiques, communicationnelles, juridiques), des institutions du milieu cinématographique et audiovisuel et des professionnels. Plusieurs tables rondes ont permis d'explorer à la fois les évolutions industrielles récentes et la manière dont elles affectent l'exercice du métier du distributeur et la question de la formation professionnelle.

# Un outil interactif d'analyse de films

Projet de recherche :

Cartes interactives de l'analyse de films

Responsables scientifiques du projet :

Amandine D'azevedo [IRCAV](#)

Térésa Faucon [IRCAV](#)

Ce projet de recherche est né d'une envie commune aux deux enseignantes-chercheuses, Amandine D'Azevedo et Térésa Faucon, d'imaginer un nouvel outil pédagogique d'analyse de films et de transmettre autrement. Les deux chercheuses ont développé une plateforme interactive en open source bilingue (français-anglais), sous forme de cartes heuristiques. Le prototype, d'ores et déjà en ligne ([lescartesdelanalyse.net](http://lescartesdelanalyse.net)), explore le motif récurrent dans le cinéma indien de la danse sur les tessons de verre. Dans ces séquences, une femme est soumise à l'épreuve de danser pieds nus sur des morceaux de verre ou choisit de le faire volontairement, comme un suicide ou un défi. Cette danse, d'un genre un peu particulier, se retrouve dans de nombreux films de toute l'Inde et n'avait encore jamais été étudiée. Sur la plateforme, l'utilisateur peut décider d'explorer les différents thèmes qui y sont associés grâce à un jeu de superposition de cartes d'analyse, conçues comme des calques. Chaque carte est enrichie d'extraits sonores ou vidéos, d'images fixes et de textes. Cette écriture de l'analyse de

films non-linéaire permet un enrichissement continu et une approche plus vivante de la discipline. L'équipe de ce projet vient d'obtenir un second financement du LabEx pour accompagner la création d'un nouveau jeu de cartes avec une équipe de recherche élargie et qui sera hébergé sur la plateforme au premier semestre 2019.



# C'est quoi le "cinéma de genre" ?

Projet de recherche :

Le cinéma de genre : formes, usages, étiquetages.

Responsables scientifiques du projet :

Mélanie Boissoneau [IRCAV](#)

Quentin Mazel [IRCAV](#)

Thomas Pillard [IRCAV](#)

C'est une catégorie fourre-tout : le « cinéma de genre ». Traditionnellement opposée au cinéma d'auteur, l'expression désigne à la fois « des formes de cinéma alternatifs qui vont reposer sur une économie de niche et à l'opposé, un mode de production industriel et des films qui s'adressent au grand public », détaille Thomas Pillard, l'un des responsables scientifiques de ce projet. Le cinéma de genre recouvre ainsi les films d'horreur, l'univers fou du cinéma bis (séries B ou Z, fantastiques, érotiques...) ou encore les comédies musicales. La notion de genre et les nombreux enjeux qu'elle recouvre suscitent depuis une quinzaine d'années un nombre croissant de réflexions. Cet intérêt du monde de la

recherche a contribué à un renouvellement des études cinématographiques ainsi qu'à l'émergence de nouveaux champs de recherche, liés notamment à l'étude de la réception, des publics, de la cinéphilie et des usages sociaux liés au cinéma. Un séminaire mensuel de recherche a démarré en novembre 2017 à la Maison de la Recherche de la Sorbonne Nouvelle sur cette thématique. L'objectif est de fédérer un ensemble de travaux se proposant d'étudier les films ou les cinémas dits « de genre », tout en réfléchissant aux différents sens de ce qualificatif polysémique et à la variété de ses usages sociaux.

En savoir plus sur le projet : (Podcast ICCA)  
<https://www.youtube.com/watch?v=y4it1Soax8>



# Y a t-il une french touch du jeu vidéo ?

Jusqu'ici le secteur industriel du jeu vidéo en France a été peu étudié. Rencontre avec deux chercheurs du laboratoire Experice, pionnier dans les sciences du jeu.



## Bio express



### Vinciane Zabban

Maître de conférences en Sciences de l'éducation, laboratoire Experice, conduit depuis 2005 des recherches sur l'innovation dans le domaine des jeux vidéo.



### Vincent Berry

Maître de conférences en Sciences de l'éducation, laboratoire Experice, est spécialisé dans l'étude des jeux et jeux vidéo.

#### Quel est l'objet de votre projet de recherche ?

Vinciane Zabban : « Mieux comprendre le secteur du jeu vidéo en France en s'intéressant aux formations, aux dynamiques territoriales et à la circulation des savoirs. Le jeu vidéo est reconnu comme une industrie culturelle. Le chiffre d'affaires annuel des entreprises de jeux vidéo en France dépasse depuis longtemps celui des industries de la musique et du cinéma réunis. Paradoxalement on ne dispose que de données très partielles sur le secteur et son fonctionnement. Les données disponibles viennent le plus souvent de cabinets d'études privés ou d'organisations syndicales du secteur. En menant notre enquête nous avons réalisé que de nombreuses entreprises sont peu visibles dans les informations disponibles. Derrière les grands studios très médiatisés, il y a une myriade de toutes petites entreprises qui travaillent d'une manière qu'on peut presque qualifier d'artisanale, et c'est la dynamique d'ensemble de ce secteur que nous voulons interroger. »

#### Où sont implantées les entreprises du secteur ?

Vinciane Zabban : « A Paris (Montreuil en particulier) pour l'essentiel, mais aussi dans d'autres territoires comme Lyon ou dans le département Nord où le tissu économique s'est développé autour de formations, d'une poignée de

gros acteurs et de petites entreprises. Un enjeu est de comprendre comment ces dynamiques émergent localement pour savoir comment soutenir le développement du secteur. A Montréal par exemple, du fait de l'existence de politiques territoriales incitatives fortes, comme un crédit d'impôt conséquent, il y a deux fois plus d'emplois dans le jeu vidéo que dans toute la France. C'est un cercle vertueux car le nombre important d'acteurs favorise l'émergence d'espaces de sociabilités informels ou formels, par exemple d'espaces de co-working, et renforcent la créativité par les liens entre les acteurs de différentes entreprises.

#### Aujourd'hui il y a 46 formations en France aux métiers du jeu vidéo et 500 personnes arrivent chaque année sur le marché du travail. Est-ce que c'est trop ?

Vincent Berry : « Nous estimons que le secteur pèse entre 3000 et 5000 emplois directs. Mais on mesure encore mal l'emploi dans les domaines du community management, du marketing ou du support client. Il y a du travail mais pas nécessairement dans les métiers qui sont mis en avant par les écoles. En France il n'y a pas énormément de débouchés, y compris dans les grandes entreprises. Même Ubisoft a l'essentiel de sa production à Montréal. Il faut que les étudiants soient prêts à bouger. »



## Focus

### Les jeux de société d'auteurs en plein boom

En plus de leurs travaux sur les jeux vidéo, le duo de chercheurs Vinciane Zabban et Vincent Berry mène une enquête sur les modèles éditoriaux du jeu de société en France. Comme le jeu vidéo, le secteur connaît aujourd'hui en France une explosion de son offre et une extension considérable de son marché. En 2015, il s'est vendu environ 20 millions de jeux de société en France contre 12 millions en 2010. Et plus de 1000 jeux ont été édités en 2015 (500 en 2010), preuves du dynamisme et de la créativité du secteur.

Les jeux de société séduisent désormais un public adulte, adepte de produits dit « d'auteurs » ou « de niche », par opposition aux jeux dits « de masse » dominés par deux acteurs mondiaux du jeu et du jouet, Mattel et Hasbro. Cette distinction tient à la fois au poids financier, à la taille des équipes, à la distribution en boutique spécialisée ou en grande surface et au développement de publicités télévisées. La ligne éditoriale, la place et la valorisation de l'auteur, les liens entretenus avec les communautés de joueurs (sur internet) contribuent aussi à distinguer ces marchés. En France, le plus important des éditeurs, Asmodee, bénéficie ainsi d'une étiquette secteur « de niche », dont il est issu. Par une politique d'acquisition d'éditeurs français et étrangers, développée depuis une dizaine d'années, la société française est en passe de devenir l'un des leaders mondiaux du jeu de société, et notamment dans sa version dite « de niche », mais dont l'offre et le marché tendent en fait à s'élargir. Le numérique et ses nouvelles formes de publicité et d'échanges ont introduit des formes nouvelles de créations sérielles et narratives. Le projet veut notamment saisir ces évolutions au prisme du recours par les auteurs français de jeux de société aux plateformes en ligne de financement participatif ou crowdfunding.

#### Vous parlez d'un décalage entre la représentation du secteur et la réalité...

Vinciane Zabban : « Oui, c'est un secteur où il y a une forte mobilité des professionnels. Les conditions de travail y sont parfois dures. C'est une industrie qui use. C'est d'ailleurs l'une des raisons pour lesquelles la moyenne d'âge est basse, autour de 35 ans selon les études faites à l'international. Dans nos entretiens biographiques nous interrogeons les professionnels sur cette dimension. Comme souvent dans le secteur créatif, c'est un métier vocationnel : on attend beaucoup des travailleurs et on les rémunère peu. »

#### Que désigne le terme de french touch ?

Vincent Berry : « Le terme renvoie à une singularité thématique et esthétique de la production française. Les Français ont été en pointe sur le ludoéducatif. C'était valable dans les années 90, mais aujourd'hui ça n'est plus le cas. Il renvoie aussi pour nous au fait que les acteurs de l'industrie française ont été moteurs pour la reconnaissance au niveau européen du jeu vidéo comme produit culturel. »

Vinciane Zabban : « Toute une partie du projet de recherche vise à comparer nos données avec celles qui ont pu être publiées dans d'autres pays (Irlande, Suède, Finlande, États-Unis, Canada, Australie, Royaume-Uni) et dégager ce qui caractérise le cas français. Par exemple, en France, il y a beaucoup de

formations qui forment aux métiers de game designer (conception des mécanismes de jeu dans leur ensemble) ou de producteur (un chef de projet, qui va coordonner l'ensemble des équipes). Les Français ont la réputation d'être des touche-à-tout avec un niveau de formation assez élevé, ce qui est valorisé à l'étranger, mais ne va pas sans poser de problèmes : une fois sur le marché ils peuvent se sentir sous employés dans des postes d'exécutants. »

**« Derrière les grands studios très médiatisés, il y a une myriade de toutes petites entreprises qui travaillent de manière artisanale. »**

#### Vincent Berry, dans vos travaux précédents vous avez étudié la communauté des gamers. Qui sont-ils ?

Vincent Berry : « Les jeux vidéo font partie des pratiques culturelles les plus répandues. Nous avons travaillé à caractériser le public des jeux vidéo, avec toujours cette idée de sortir des lieux communs. Dans le jeu vidéo il y a un effet trompe l'œil : on imagine une population jeune, branchée techno, geek. En réalité, si on compte les pratiques occasionnelles, c'est 60 à 70% de la population française qui y joue. Et les jeux les plus populaires sont ceux qui sont préinstallés : solitaire, dame de pique, Candy Crush etc. Les joueurs réguliers représentent 40% de la population. Notre étude a montré que les gens continuent à jouer en vieillissant, même si la fréquence de jeu tend à diminuer à partir de 30 ans. Et les plus gros joueurs sont les enfants, pré-ados et ados. »

# Un Fab Lab dédié aux jeux

Unique en son genre et soutenu par le LabEx ICCA, le Fab Lab Ludomaker, abrité par l'université Paris 13, est dédié à la conception de jeux, de jouets et de dispositifs ludiques.

Inauguré en juin 2016 par le département des sciences de l'éducation de l'université, dans le cadre de l'appel à projet de l'IDEX « Pédagogies innovantes », cet espace offre aux étudiants, aux enseignants et aux chercheurs la possibilité de découvrir, concevoir, prototyper et tester des produits et des applications ludiques, éducatives ou non : jouets, jeux de société, jeux vidéo...

Le lieu est équipé de découpeuses, d'une imprimante 3D et de matériel pour créer toute l'architecture d'un jeu. Un ingénieur pédagogique, designer de formation et spécialiste du jeu, accompagne chaque projet et forme à l'usage des outils. Il intervient également sur des questions de conceptions et de game design. Ludomaker est aujourd'hui utilisé par les étudiants de la Licence professionnelle

Game Design située sur le campus de Bobigny et du Master Science du jeu au campus de Villetaneuse. Il est aussi ouvert aux enseignants qui souhaitent créer des dispositifs de jeux pour leurs cours. Ashley Eschenbourg, enseignante au département d'anglais de Paris 13, a par exemple mis au point avec l'aide de l'ingénieur pédagogique, le jeu The Porter Case. A partir d'un fait divers (réel), les étudiants devaient rejouer les différentes étapes du procès, en anglais bien sûr, sur la base de la lecture d'articles de presse, de comptes rendus judiciaires et d'une série d'objectifs propres au jeu. Un second jeu, baptisé Erasmus Mundi a également été créé, en collaboration avec plusieurs enseignants de civilisation espagnole pour proposer aux élèves une exploration historique et géographique ludique de l'Espagne.



# Comment est née la Reine des Neiges ?

## Projet de recherche :

COCIRPE conception et circulation des produits culturels pour enfants.

## Responsables scientifiques du projet :

Gilles Brougère **EXPERICE**

Régine Sirota **CERLIS**

Sébastien François **post-doctorant au LABEX ICCA**

Ce projet a pour but d'analyser la conception de produits culturels destinés aux enfants et leur circulation entre les différents supports. Il s'intéresse en particulier à la conception de personnages emblématiques de la culture enfantine de masse. Comment sont conçus les produits qui sont destinés à participer à cette circulation et/ou qui utilisent des personnages qui circulent de support en support ? Comment est pensé l'enfant auquel s'adresse le produit ? Dans quelle mesure les enfants participent-ils, directement ou indirectement, à la conception des produits qui leur sont destinés ? Quels sont, ainsi, les pratiques et les processus qui guident le design, la fabrication ou encore le marketing des produits pour enfants ? Et comment s'articulent-ils pour atteindre le jeune public, que ce soit en magasin (packaging, mise en scène commerciale, etc.) ou dans les médias (diffusion TV ou Internet, publicité, interactivité, etc.) ?

Pour traiter ces questionnements, l'équipe privilégie les méthodes qualitatives (entretiens auprès des professionnels impliqués, observations lorsque c'est possible des processus de production) et mutualise outils et résultats. Les terrains traités portent aussi bien sur la littérature et la presse jeunesse, les jeux et les jouets, les



jeux vidéo, la télévision que l'agencement de magasins pour enfants, et semble au fil de la recherche de plus en plus imbriqués. En 2016, ce travail d'entretien a contribué à une meilleure connaissance des industries culturelles concernées et a permis de conduire des comparaisons entre elles et la mise en place de relations privilégiées avec certains partenaires, comme Média Participation, Dupuis, Bayard ou encore France Télévision (terrain dessins animés). En 2017, une

journée d'étude s'est tenue en juin à la Maison de la Recherche sur le thème de La Fabrique de l'animation. Malgré son poids économique le secteur de l'animation reste encore peu étudié par les sciences sociales. L'événement a permis d'accueillir des chercheurs internationaux parmi lesquels Chris Pallant (Canterbury Christ Church University), Marco Pelliteri (Kobe University) et Timothy Jones (UCLA).

En savoir plus sur le projet : [cocirpe.univ-paris13.fr](http://cocirpe.univ-paris13.fr)

# Les algorithmes vont-ils dicter la culture ?

## Projet de recherche :

Une data-driven culture : Création assistée par les données et enjeux de régulation.

## Responsables scientifiques du projet :

Sarah Labelle **LabSIC**

Vincent Bullich – GRESEC, Chercheur associé **LabSIC**

Il est quasiment révolu le temps où l'artiste dévoilait sa création originale devant un public ébahi. Les algorithmes sont omniprésents et « poussent » les produits culturels vers la demande, en fonction d'un système de recommandation/prescription. Le premier volet de ce projet de recherche s'intéresse à l'émergence d'une culture qui serait dictée par les datas. Comment la masse de données disponibles sur les consommateurs et leurs goûts influence-t-elle la production des offres culturelles ? Déjà des éditeurs de jeux vidéo utilisent les données des internautes pour configurer leur offre et répondre pleinement à leurs

attentes. Un second volet s'intéresse aux grands enjeux liés à la régulation de ces algorithmes. Il est aujourd'hui difficile de savoir comment ils catégorisent les internautes, déterminent leurs centres d'intérêt ou prédisent leurs comportements. Et une fois cette catégorisation faite, est-il possible d'en sortir ? Ce second volet étudie les positions des différents acteurs publics et privés et les modalités d'arbitrage à envisager. Elle porte une attention particulière aux enjeux d'intelligibilité des instruments législatifs et réglementaires qui pourraient être mis en œuvre.

# Les plateformes en ligne bousculent la culture

Projet de recherche structurant :

Plateformes

Responsables scientifiques du projet :

Philippe Bouquillion\_LabSIC

Laurent Creton\_IRCAV

Bertrand Legendre\_LabSIC

François Moreau\_CEPN

Fabrice Rochelandet\_IRCAV

Depuis 2015, Le labEx ICCA donne la priorité à des programmes de recherche « structurants ». Leur objectif est de répondre à des problématiques rencontrées par l'ensemble des industries culturelles en s'appuyant sur la complémentarité des compétences disciplinaires et des thèmes de recherche en présence. A chaque programme structurant est associé un comité de pilotage ad hoc et le recrutement d'un post-doctorant en charge de la coordination des

équipes impliquées. Louis Wiart, chercheur en sciences de l'information et de la communication, a ainsi été recruté pour développer ce programme et en a assuré la coordination en 2016 et 2017. (cf. portrait p. 30)

Lancé en 2015, le programme de recherche PLATEFORMES se propose d'analyser les nouveaux outils de distribution et de prescription/promotion des contenus culturels. Cette analyse porte à la fois sur l'organisation ou les modèles économiques des plate-

formes et sur l'impact de ces nouveaux outils sur les industries culturelles : intensité de l'innovation, diversité culturelle, modes de consommation, etc.

Si la numérisation des industries culturelles a profondément bouleversé les phases de création et de production des biens et services culturels, l'impact sur les phases de distribution et de diffusion a été au moins aussi important. L'émergence de nombreuses plateformes en est un des faits les plus marquants. Elles assurent la distribution et la vente de produits culturels, dématérialisés ou non, et/ou la promotion/prescription de ces produits via la compilation d'avis d'experts, de notes, de commentaires, de critiques de consommateurs ou la mise en place de systèmes de recommandations automatiques.

Parfois créées à l'initiative d'acteurs des industries culturelles, les plateformes dominantes sont toutefois souvent contrôlées par des nouveaux acteurs issus du monde de l'électronique grand public ou de l'internet (commerce en ligne, réseaux sociaux, etc.).

### Les phénomènes qu'entend étudier le projet structurant PLATEFORMES tiennent notamment à :

**1. L'organisation de ces plateformes,** le rôle qu'y jouent les acteurs historiques des industries culturelles ou de la communication et celui des « nouveaux entrants » issus du monde numérique et l'impact en retour sur les filières de contenus.

**2. L'apparition d'une nouvelle classe d'intermédiaires** - d'infomédiaires - offrant des services de conseils, d'information et d'évaluation auparavant le plus souvent

fournis par des acteurs de la distribution et/ou de la diffusion (libraires, disquaires, grandes surfaces spécialisées) ou des professionnels de l'information (médias). Les outils proposés vont des algorithmes de recommandation aux forums de discussion entre consommateurs. Ils sont susceptibles de devenir tout à la fois des outils tendant à concentrer ou au contraire à diversifier la consommation des œuvres culturelles.

**3. L'évolution des modèles d'affaires avec une tendance croissante à la « servitisation » des industries culturelles et créatives :** l'offre sous forme de service d'accès en ligne à des œuvres culturelles progresse au détriment de la vente de ces œuvres sous la forme d'un support physique ou d'un fichier numérique.

Au sein des équipes d'ICCA, six projets de recherches interdisciplinaires ont été financés dans le cadre du programme « PLATEFORMES » couvrant différents secteurs culturels (musique, édition, presse en ligne) et interrogeant sous différents angles les modèles des plateformes numériques (production et diffusion de contenus, modèles des plateformes alternatives...).

Fin 2016, le second séminaire international du LabEx ICCA a entièrement été consacré à la question des « plateformes numériques et des industries culturelles ». Cet événement a attiré et fédéré autour des membres d'ICCA des équipes internationales de chercheurs et c'est un véritable réseau international d'experts qui s'est constitué (Brésil, Chili, Inde, Chine, Royaume-Uni, Allemagne). Les échanges se sont poursuivis en 2017 et un ouvrage collectif sera publié courant 2018 dans la collection ICCA sous le titre : Digital platforms and cultural industries.



#### Focus

### Les industries culturelles à la conquête des plateformes

Cette journée d'étude clôt le programme de recherche MODIPIC, qui s'est déroulé au sein du Labex ICCA de mai 2016 à mai 2017 dans le cadre du programme de recherche structurant « Plateformes ». La journée d'étude qui s'est tenue au mois de septembre à l'Institut de la Communication et des Médias à Echirrolles s'est articulée autour de deux volets complémentaires : le premier portant sur les plateformes de crowdfunding, le second sur les plateformes de distribution/diffusion de contenus culturels.

# Crowdfunding : une stratégie payante pour les musées ?

Projet de recherche :

Crowdfunding et financement des musées : Nouvelles opportunités ?

Responsable scientifique du projet :

Marie Ballarini, doctorante **\_LABEX ICCA**

En 2017, le musée des Augustins à Toulouse a collecté 16 300€ pour l'achat d'une sculpture du XVIII<sup>e</sup> siècle emblématique de la région. Le musée d'art contemporain de Lyon (MAC) a quant à lui collecté 24 442€ sur la plateforme kiss kiss bank bank pour financer l'achat d'une installation sonore de David Tudor. Ces exemples récents cachent une tendance de fond et l'intérêt croissant des musées pour ces nouvelles formes de financement, alors que leurs subventions sont en baisse.

Le projet de recherche « crowdfunding et financement des musées : nouvelles opportunités ? » a pour objectif de faire l'inventaire et la comparaison des nouveaux outils de financement en ligne (crowdfunding, dons en ligne) utilisés par les musées en France. En quoi cette approche diffère-t-elle des modes plus classiques de financement privé (Société des Amis, mécénat, souscription, etc.) ? Pourquoi certains musées tardent-ils encore à y avoir recours ? Le crowdfunding permet-il aux musées de toucher un public plus



large que leurs mécènes habituels ? Cette étude permettra une meilleure compréhension des stratégies des gestionnaires des musées à cet égard, mais sera également un moyen d'étudier les comportements et les profils des contributeurs d'un outil à l'autre, d'une plateforme à l'autre.

Ce panorama complet du secteur, servira à la rédaction d'un outil de vulgarisation à destination des musées, pour les aider dans leur approche du financement participatif, en recensant les moyens et outils à leur disposition pour lever des fonds et engager leurs publics.

# Réseaunaute du **web** culturel

À tout juste 30 ans, Louis Wiart est titulaire d'une chaire en communication et professeur à l'Université Libre de Bruxelles. Retour sur son parcours dédié au mariage de la culture et du numérique.

Un parcours sans faute. Louis Wiart a 30 ans mais déjà de nombreuses publications à son actif, toutes dédiées aux utilisations numériques émergentes dans les secteurs de l'édition et du spectacle vivant. Après l'obtention de son master de droit de la propriété intellectuelle à l'IEP de Bordeaux, il poursuit ses études à Paris 13 dans le prestigieux Master 2 "Politiques éditoriales" sous la direction de Bertrand Legendre, le directeur du LabEx ICCA. L'université lui propose alors un contrat doctoral de trois ans pour réaliser une thèse sur le développement de la prescription littéraire en ligne. « Mes travaux viennent en quelque sorte compléter l'ouvrage de Christian Robin, *Les Livres dans l'univers numérique*, paru en 2011, et qui dresse un panorama très complet des évolutions du secteur. J'avais remarqué qu'il ne parlait pas des communautés de lecteurs sur internet et j'en ai fait mon sujet. » Louis Wiart démarre sa thèse en 2012 et s'intéresse à ces lecteurs passionnés, qui partagent leurs critiques en ligne dès le milieu des années 90. « Durant les années 2000, on assiste à une professionnalisation et une marchandisation du secteur, avec l'arrivée de start-up, de maisons d'édition, de chaînes de librairies et d'acteurs de la communication qui lancent leurs propres plateformes. » Le web social voit ainsi naître des sites comme Babelio, Myboox, BdGest,

Manga-sanctuary, Goodreads, Lecture-academy etc. « Mon enquête a montré que par rapport aux médias traditionnels, certaines catégories de romans ont plus de visibilité, poursuit le chercheur. C'est le cas de la littérature de genre, fantaisie, fantastique et les ouvrages d'origine anglo-saxonne. Les genres dont la légitimité culturelle est moins forte sont généralement plus populaires sur ces plateformes. J'ai aussi observé un phénomène de reproduction du succès avec un effet caisse de résonance pour les ouvrages qui affichent déjà un haut niveau de vente et une visibilité élevée dans les médias traditionnels. »

En post-doctorat, Louis Wiart est coordinateur du projet "Plateformes" du LabEx ICCA. Ses recherches portent alors sur les pratiques numériques dans le spectacle vivant, sous l'angle des plateformes de billetterie qui se sont multipliées depuis les années 2000 et plus particulièrement la dématérialisation des tickets à partir de 2007. « Il y a un enjeu fort pour les salles, décrypte Louis Wiart, lié à la commercialisation des billets, mais aussi à l'exploitation des données des spectateurs. Des distributeurs de billets comme la Fnac captent les données utilisateurs aux dépens des salles qui ne peuvent plus y avoir accès. Or on sait que ces données sont stratégiques pour une salle de spectacle, elles permettent de mieux connaître

ses publics et de faire de la prospection. A l'opposé, on observe l'émergence de nombreux acteurs qui permettent aux salles de vendre leurs billets en ligne directement et qui mettent à leur disposition des outils CRM. » La billetterie en ligne et les données des spectateurs représentent une source de valeur et de pouvoir de marché, autour desquels se déploient de nouveaux rapports de force dans la filière. En parallèle, le jeune chercheur s'est penché sur l'utilisation des réseaux sociaux par les bibliothèques publiques pour le Ministère de la Culture et la Bibliothèque Publique d'Information du Centre Pompidou.

Désormais titulaire d'une chaire de communication à l'Université Libre de Bruxelles, ses travaux portent sur les plateformes culturelles alternatives aux GAFAM. Ce projet de recherche, mené avec Olivier Thuillas et soutenu par le LabEx ICCA, s'intéresse aux plateformes de libraires, distributeurs, producteurs, organismes publics et autres coopératives de salles de spectacles qui se placent en alternative aux géants tels que Amazon ou Netflix.

*Publications : La prescription littéraire en réseaux : enquête dans l'univers numérique. Ed. Presses de l'Enssib, novembre 2017  
Des tweets et des likes en bibliothèque, avec Marie-Françoise Audouard et Mathilde Rimaud, Ed. Presses de l'Enssib, avril 2018*



# Les artistes en labo

## Projet de recherche :

Arts numériques contemporains et Recherche : les artistes en laboratoire

## Responsable scientifique du projet :

Geneviève Vidal [\\_LabSIC](#)

Est-il possible de graver des lettres sur un cheveu ? De créer un spectacle pour quatre danseurs et treize robots ? De révéler l'émotion d'un spectateur et de transcoder son empreinte en une partition musicale ? Depuis de nombreuses années, les artistes du numérique sont en relation avec des chercheurs dans des laboratoires de recherche pour répondre à leurs interrogations. « Que ce soit de l'intelligence artificielle, de la 3D, de la réalité virtuelle ou encore une meilleure connaissance des matériaux, les artistes viennent chercher des compétences scientifiques directement dans les laboratoires pour réaliser leur projet de création », détaille Geneviève Vidal, enseignante-chercheuse du LabSIC à l'Université Paris 13. Depuis 2013, la chercheuse s'intéresse avec son collègue sociologue, Christian Papilloud, de l'Uni-

versité Martin-Luther de Halle, aux dynamiques qui sous-tendent la reconnaissance professionnelle des artistes du numérique. « Dans cette nouvelle enquête, nous avons suivi neuf projets d'artistes, tous accueillis dans différents laboratoires de recherche. Les entretiens ont montré que le fait qu'ils soient mis en valeur par le biais d'expositions ou de performances joue un rôle dans la reconnaissance des arts numériques dans le secteur économique. Cela leur garantit une indépendance vis-à-vis des milieux de l'art et leur ouvre des portes sur le marché des entreprises/industries du numérique. » Les travaux des chercheurs devraient se poursuivre en 2018 avec un nouveau terrain sur la « double vie » des artistes contemporains, contraints pour la majorité d'entre eux d'avoir plusieurs activités professionnelles pour exercer leur art.

# Indé comme indépendant

## Projet de recherche :

L'indépendance dans les industries culturelles. Comparaisons France – Etats-Unis.

## Responsables scientifiques du projet :

Aurélié Pinto [\\_IRCAV](#)

Sophie Noël [\\_LabSIC](#)

Olivier Alexandre [\\_CNRS](#)

« Indépendant », « alternatif », « indie », « underground », « avant-garde », « de création »... Depuis les années 1970, la revendication d'indépendance a pris une importance grandissante dans les univers de production culturelle. Que ce soit pour caractériser des genres (indie music, rock indé, Indiewood, indie movies) sur les plate-forme VOD ou les sites de musique à la demande, des lieux de diffusion ou de consécration (le Sundance Film Festival, le salon L'autre livre), des publications spécia-

lisées (IndieWire), ou des collectifs (mouvement IndieBound, Alliance des éditeurs indépendants), cette revendication s'oppose au modèle « dominant » ou mainstream incarné par les « grosses structures » (grands groupes, majors, circuits). La spécificité des indépendants est aujourd'hui mise en danger par un certain nombre de « dérives » : la difficulté d'accès au marché pour les plus fragiles, un cycle de rentabilité des biens de plus en plus court, une « offre saturante », la remise en

cause de la « diversité culturelle », l'uniformisation des contenus diffusés... notamment de la part des acteurs provenant des États-Unis (majors, studios et GAFA). Ce projet de recherche vient prolonger les premiers travaux menés au sein du LabEx ICCA autour de la question de l'indépendance dans les industries culturelles à travers l'analyse des usages sociaux qui en sont faits aux Etats-Unis, foyer du mainstream par excellence (majors) et en France, berceau de l'exception culturelle.



# L'injonction à la créativité est omniprésente

## Projet de recherche :

Travail et créativité : vers un essaimage des industries culturelles ?

## Responsable scientifique du projet :

Yanita Andonova **\_LabSIC**

« L'appel à la créativité est aujourd'hui présent dans tous les secteurs d'activité, décrypte Yanita Andonova, responsable scientifique du projet. De la troupe de théâtre aux entreprises agroalimentaires, en passant par les géants des télécommunications ou les start-up. Cette injonction à la créativité dépasse nos frontières et celles de l'Europe. » C'est de ce constat qu'est né le projet de constituer une dynamique internationale pour questionner ce que l'on entend par créativité au travail. « L'injonction à la créativité accompagne un discours sur le réenchantement du travail, poursuit la chercheuse. C'est une notion qui fait consensus. Mais que se cache-t-il derrière cette injonction ? Quelles sont les attentes en termes de productivité et de performance ? Quelles sont les conséquences sur l'individu au travail ? Qui sont vraiment les créatifs ? » Un cycle de séminaires a débuté en 2016 et s'est poursuivi en 2017, permettant une première réflexion consacrée aux

vocables en présence dans le champ scientifique : travail créatif, travail artistique, travail de création, la part créative du travail, la créativité organisée, l'organisation de la créativité, ainsi que talent, artiste, créateur, créatif, etc.. Cette série de séminaires a abouti à l'organisation d'un colloque, en juin 2017, à l'Université d'économie de Varna, en Bulgarie, sur le tournant créatif. Les actes de colloque sont disponibles sur le site du réseau international Crea2S, qui regroupe aujourd'hui des professionnels et des chercheurs de nationalités différentes (Français, Grecs, Bulgares, Italiens, Brésiliens, Polonais, etc.). Le cycle de séminaires a également servi à identifier une problématique et élaborer une grille méthodologique d'observation de la créativité au travail, qui servira de point de départ aux enquêtes de terrain, prévues pour 2018.

En savoir plus sur le projet : <https://crea2s.hypotheses.org>

# Théâtres de ville et lieux culturels : quelle dynamique créative ?

## Projet de recherche :

Les lieux de culture et de création hors label en Île-de-France : quelle dynamique créative ?

## Responsables scientifiques du projet :

Elise Chièze-Wattinne **\_CERLIS**  
Sejeong Hahn **\_IRCAV**

Ce projet blanc est né en 2017 de la rencontre entre deux projets de thèse en cours de réalisation, l'un porté par Elise Chièze-Wattinne et l'autre par Sejeong Hahn afin de mettre en évidence le fonctionnement, l'utilité publique et les impacts des lieux de culture hors label en Île-de-France sur l'écosystème de création. S'appuyant sur l'approche écosystémique en strates (upperground/middleground/underground), mis en avant dans le cadre du Projet Cluster 93, Sejeong Hahn s'intéresse à la façon dont les lieux culturels et artistiques de divers cadres et formes sont reliés ou pas. Quels sont les lieux forts des territoires où se nouent les interactions ? Ainsi, l'analyse de scènes musicales a pour but de montrer le niveau de connexion des lieux. Aujourd'hui Sejeong Hahn interroge davantage les conditions d'émergence de structures propices à la formation d'un écosystème à travers l'analyse des parcours des jeunes cinéastes.

Elise Chièze-Wattinne concentre ses recherches sur les 97 théâtres de villes que compte la métropole du Grand Paris. « Les projets de ces lieux sont définis pour être moteurs dans la vie d'une communauté », détaille la jeune chercheuse. « Pourquoi leur dynamique reste-t-elle insaisissable pour certains et comment pourrait-on l'améliorer ? » Elle mène aussi tout un travail d'analyse des échanges qui ont eu cours de 2016 à 2018 dans les territoires au sujet du transfert de la compétence culturelle au niveau de la métropole du Grand Paris. La compétence culturelle est-elle un service public de proximité qui doit rester attaché à la commune ? Ou au contraire un intérêt commun pour l'ensemble des habitants d'un territoire qui doit être piloté à l'échelle intercommunale ? « Cela me permet de voir l'attachement des maires à leurs lieux de culture, de questionner les enjeux des politiques de la culture aujourd'hui », conclut la chercheuse.



# Comment stimuler un territoire créatif ?

## Le cas de la Seine-Saint-Denis

Projet de recherche :

Cluster 93

Responsable scientifique du projet :

Fabrice Rochelandet\_IRCAV

Avec 65% des effectifs salariés et 45% des établissements de la filière image, Paris et la Seine-Saint-Denis détiennent le record de concentration d'entreprises et d'emplois dans l'audiovisuel en France, avec la présence de sociétés de production comme EuropaCorp de Luc Besson. Le territoire est également l'un des plus dynamiques par la densité de son tissu culturel alternatif et créatif avec la présence de nombreux squats d'artistes, de communautés artistiques, de formations, de lieux. Malgré cette coexistence, les interactions entre ces deux mondes s'avèrent limitées en Seine-Saint-Denis. Or, de tels liens sont mutuellement avantageux pour tous les acteurs d'un territoire à vocation créative : différenciation et renouvellement de la création, mise en visibilité de pratiques alternatives, cohésion sociale, etc.

L'objectif de ce projet pluridisciplinaire (économie, sciences de l'information et de la communication, gestion et aménagement du territoire) est de mettre en évidence les différentes strates du territoire créatif nord-parisien : les entreprises audiovisuelles (l'upperground), les artistes et réseaux de création alternatifs (l'under-

ground) et les tiers lieux (le middleground). « Cette approche s'appuie sur des travaux qui ont été menés à Montréal sur Ubisoft et le Cirque du Soleil par Patrick Cohendet, détaille Fabrice Rochelandet, responsable scientifique du projet. Ses études ont montré qu'Ubisoft a bénéficié du middleground pour nourrir la créativité de ses équipes, par l'organisation de divers festivals. Ces acteurs intermédiaires participent à la mise en visibilité des artistes de l'underground. » Comment stimuler et accompagner le développement de « connecteurs », de tiers lieux et, par leur médiation, favoriser davantage les interactions entre les acteurs du cluster audiovisuel (producteurs de films, de séries, studios d'animation...) et les artistes et collectifs locaux (musiciens, plasticiens, artistes du spectacle vivant, etc.) ? Outre ses retombées scientifiques dans le domaine très porteur des territoires créatifs, le projet produira des recommandations en direction des acteurs publics locaux pour stimuler l'ancrage des entreprises du cluster audiovisuel dans le territoire créatif de la Seine-Saint-Denis. Ce projet ANR doit se finaliser en 2018.

# Les événements

## NECS

Le 11<sup>e</sup> congrès annuel du NECS (European Network for Cinema and Media Studies) a eu lieu les 29, 30 juin et 1<sup>er</sup> juillet 2017 à l'Université Sorbonne Nouvelle-Paris 3 et au Centre Pompidou, sur le thème : **Sensibility and the Senses. Media, Bodies, Practices.**

NECS est un réseau européen qui rassemble plus de 1400 chercheurs travaillant sur le cinéma, l'audiovisuel et les médias dans l'objectif de stimuler, promouvoir et diffuser la recherche dans ces domaines. 450 chercheurs se sont réunis dans un esprit d'interdisciplinarité et se sont intéressés aussi bien au cinéma (sous toutes ses formes) qu'à la télévision, aux jeux vidéo et à internet, autant aux pratiques de production, de diffusion et de réception qu'aux représentations.

## 4<sup>e</sup> édition de l'école d'été d'économie numérique

L'IRCAV et l'équipe RITM (EA de l'Université Paris-Sud) ont organisé les 3 et 4 juillet 2017 la 4<sup>e</sup> École d'Été d'Économie Numérique (3EN), en partenariat avec la Chaire Innovation & Régulation, à la Maison de la Recherche de la Sorbonne Nouvelle.

En présence d'une cinquantaine de chercheurs de différentes universités et grandes écoles, cette École d'Été permet de dresser chaque année un panorama des travaux et des thématiques de recherche développées en économie et en gestion sur les thématiques de l'économie numérique : les stratégies et modèles d'affaires numériques, la réorganisation des marchés et des industries par les plateformes numériques, les usages et les pratiques numériques,

la reconfiguration des territoires par le numérique, les régulations (droit d'auteur, vie privée et données personnelles, concurrence, etc.).

## Intergenerational Cities

« IGC/Paris-2017 » est une rencontre internationale d'experts (professeurs, chercheurs), étudiants (master, doctorat), et organisations non-gouvernementales (associations, artistes) du Canada, Colombie et France qui s'est tenue à Paris en novembre 2017 autour d'une question clef : « **quelle importance et quels défis marquent la construction des villes intergénérationnelles d'aujourd'hui et de demain ?** »

Les participants d'IGC-2017 ont dressé un panorama interdisciplinaire des projets urbains (recherche, action- sociale, communautaire) en cours dans les trois pays invités : France, Canada, Colombie. Cet événement à l'initiative du Réseau International Human Mount est soutenu par la Maison des Sciences de l'Homme Paris Nord et l'Institut Français (dans le cadre de l'année France-Colombie 2017).

## Musique Hip-Hop

L'ambition du colloque interdisciplinaire et international « **Conçues pour durer : perspectives francophones sur les musiques hip-hop** » était de faire le point et de mettre en valeur les travaux récents et les recherches émergentes francophones sur ces musiques hip-hop. Cette ambition s'appuie sur la conviction que, face à l'abondante et incontournable production scientifique anglo-saxonne, des approches francophones peuvent offrir un décentrement intellectuel fécond pour penser les pratiques liées aux

musiques hip-hop.

Ayant la volonté de faire de ces trois journées un événement important et fondateur dans la structuration d'un champ de recherche à l'échelle internationale, ce colloque tourné vers le monde professionnel de la musique s'est déroulé à la Maison des Métallos, salle parisienne spécialisée dans la diffusion des musiques hip-hop.

## A la recherche du Musée

Ces rendez-vous transdisciplinaires en histoire de l'art, muséologie et sociologie proposent de revenir sur les grands moments de la construction identitaire de différents musées français selon une approche thématique. Plusieurs discussions se sont engagées sur les effets des évolutions contemporaines relatives au patrimoine et à la culture des musées français en regard des transformations internationales.

## En partenariat avec le Centre Dominique-Vivant Denon du Musée du Louvre, le premier volet d'« À la

recherche du « musée » a porté sur la collection au musée. Les interventions et échanges entre chercheurs et professionnels des musées ont interrogé l'ensemble des actions, mesures et dispositifs concourant à la définition de la collection muséale en France.

## Définir le Musée

À la suite de l'assemblée générale de l'ICOM, l'université de Paris 3 a organisé en juin 2017 un colloque international ICOFOM sur la définition du musée. L'ICOM, Conseil international des musées sous l'égide de l'UNESCO, regroupe 35000 professionnels dans

# en 2017

le monde et l'ICOFOM, dont François Mairesse, chercheur membre du LabEx ICCA, est président, regroupe 700 muséologues.

La question de la définition du musée constitue un enjeu considérable, car elle influe sur la constitution même du champ muséal et la détermination des acteurs qui y figurent (quelles sont leurs missions, quel est leur rapport à l'économie et leur place dans celle-ci, peuvent-ils réaliser du profit, etc.). L'ICOM, dont la définition du musée est la plus partagée de par le monde (elle a été reprise par l'Unesco dans sa récente recommandation) entame un processus de révision de sa définition. Les enjeux géopolitiques portant sur la définition du musée sont considérables, et il importe, à cet égard, que les pays francophones (dont la logique muséale diffère de celle des pays anglo-saxons) participent activement aux débats autour de cette question. C'est la raison pour laquelle ce colloque a été envisagé.

## Quand l'industrie du cinéma enquête sur ses publics

L'histoire du cinéma est émaillée de surprises et nous montre bien qu'il n'existe pas de « recette » pour remplir les salles obscures. En vue de minimiser les risques et de dégager des tendances de comportements, la connaissance des publics est de longue date un enjeu de taille au sein de l'industrie cinématographique. Qu'il s'agisse, en amont, de tester certaines versions d'un film ou d'une bande-annonce ou, en aval, de connaître le profil ou les motivations de ceux ayant vu telle œuvre, les enquêtes auprès des spectateurs sont des pratiques anciennes. Pour autant, elles demeurent assez rare-

ment envisagées par la recherche universitaire. Ces enquêtes représentent des enjeux de recherche majeurs, en vue de mieux comprendre la genèse des œuvres, comme les usages qu'en font les spectateurs. Cette journée d'étude, seconde manifestation organisée par le Groupe de Recherche sur les Écrans et leurs Publics (GREPs), a interrogé les multiples façons dont l'industrie du cinéma cherche à connaître et comprendre ses publics.

## Temps et temporalité des médias

Dans le cadre du programme PIMI (Patrimoines-Images-Médias-Identités), programme de coopération scientifique CNRS PICS, une équipe de chercheurs internationaux (France et Brésil) organise depuis 2015 deux séminaires internationaux annuels pour échanger et favoriser la coopération scientifique autour des outils et des méthodes d'analyse des sources audiovisuelles médiatiques. Le 5<sup>e</sup> colloque international du PIMI « **Temps et temporalités des médias (radio, TV, web) : patrimoines audiovisuels** » propose d'analyser les rapports aux temps (passé-présent-futur), à l'histoire et à la mémoire qu'entretiennent les différents médias en France et au Brésil. La réflexion a été menée en collaboration avec les institutions qui ont entrepris une politique de recherche et de conservation des archives audiovisuelles en France et au Brésil (bibliothèques, fondations, Institut national de l'audiovisuel).

## JJPI 2017

Pour la seconde année consécutive, le LabEx ICCA s'est associé aux Journées des Jeunes Producteurs Indépendants qui se sont tenues à

la Maison des Sciences de l'Homme Paris Nord les 7 et 8 juin 2017 et ont accueilli plus de 200 participants. Place de marché destinée aux jeunes producteurs talentueux, souhaitant présenter leurs projets devant des décideurs à la recherche de contenus innovants en phase avec la réalité sociale française, ces journées permettent d'amorcer des collaborations durables entre les jeunes producteurs indépendants (JPI) et les décideurs du cinéma, de la télévision et du web. En tant qu'intervenants ou modérateurs, les doctorants du LabEx ICCA ont pris part aux tables-rondes organisées dans le cadre des JJPI qui ont permis l'émergence d'un dialogue entre les différents acteurs en présence.

## Les Rencontres Muséo

Organisées à destination des chercheurs et professionnels de la culture et des musées, les Rencontres de la Muséo ouvrent un espace d'échange et de dialogue autour de problématiques communes. Professionnels et chercheurs interviennent en deux séances sur des thématiques précises, la dernière séance du cycle se déroulant dans un espace d'exposition, afin d'appliquer concrètement les réflexions menées précédemment. Grâce à un programme mêlant visites et tables-rondes, les rencontres MUSEO souhaitent renforcer le lien entre les acteurs du monde muséal, qu'ils soient chercheurs, conservateurs ou prestataires.

# Plongée dans l'art indien

**Christine Ithurbide vit entre l'Inde et la France depuis 2010. Portrait d'une pionnière dans l'étude des mutations artistiques indiennes contemporaines.**

Rencontrer Christine Ithurbide, c'est comme partir pour un voyage en Inde. Tout le temps que durera notre rencontre par Skype interposé, on entendra les klaxons des rickshaws de Bombay en fond sonore. L'Inde a piqué la jeune chercheuse en 2005 lors de l'exposition Indian Summer, à l'Ecole Nationale Supérieure des beaux-arts de Paris. « C'était la première exposition consacrée à la jeune scène artistique indienne, raconte la jeune femme. Une révélation ! Je me suis toujours intéressée aux « vides » dans l'histoire de l'art. Comme nous avons une histoire très riche en Occident, nous avons tendance à nous focaliser sur les périodes qui nous mettent le plus en valeur et à occulter des pans entiers de la création dans le monde. C'était le cas de l'art contemporain indien. »

Après sa licence en histoire de l'art, littérature et civilisation anglophone, Christine Ithurbide poursuit son master en géogra-

phie. « Une chance » juge la chercheuse, qui lui permet d'intégrer d'autres outils et d'enrichir son regard sur son objet d'étude. « En histoire de l'art on nous apprend à regarder l'œuvre et l'esthétique, poursuit-elle. Avec la géographie, j'ai appris à regarder l'objet d'art comme le produit de collaborations entre divers acteurs et le résultat de nombreux flux d'informations, de circulations dans l'espace, de biens, de technologies etc. » A partir de 2010, Christine Ithurbide passe la majeure partie de son temps en Inde et travaille sur tous les lieux invisibles de l'art contemporain à Bombay. « Ce qui m'intéresse c'est l'histoire derrière l'œuvre. Qu'est-ce qu'elle raconte de la société contemporaine indienne ? » Elle soutient sa thèse « Géographie de l'art contemporain indien : villes, acteurs les territoires. Le cas de Bombay. » en 2015. Pour son post-doctorat elle poursuit ses recherches à New Delhi, puis à Bombay, sur les travailleurs de l'art et l'économie

informelle dans l'art contemporain indien. « En permanence il faut délocaliser son regard quand on fait des sciences sociales, pour redécouvrir sa discipline d'une autre manière. » Pour créer ce décalage, elle prend la caméra pour poursuivre son travail de recherche et reçoit le Prix du scénario du court-métrage de l'IRD en 2015. En 2017, elle travaille pour l'Unesco et publie un rapport sur les politiques culturelles en Inde. Dans le cadre de son contrat de recherche postdoctorale avec le LabEx ICCA, elle s'intéresse actuellement à la question de la régulation des industries culturelles (arts visuels, musique, design) et à l'impact de l'arrivée du numérique dans ces secteurs en Inde. « En France le numérique a remis en question les politiques culturelles. Alors qu'en Inde il n'y avait pas véritablement de politique publique pour encourager cette industrie. Le numérique a contribué à accorder une nouvelle attention à ce domaine. »



# Le Réseau des Jeunes Chercheurs ICCA

Fondé par un groupe de doctorants soutenus par le LabEx ICCA, le Réseau des Jeunes Chercheurs est destiné aux doctorants et post-doctorants travaillant sur les industries culturelles et la création artistique.

Il a pour but de soutenir et de valoriser les travaux de recherche de ses membres. Il s'articule autour d'objectifs communs : la rencontre et l'entraide entre les jeunes chercheurs.

Au programme :

- des ateliers mensuels d'écritures, où sont discutés des questions épistémologiques de rédaction scientifique, des textes méthodologiques et les travaux des membres qui souhaitent bénéficier d'une relecture commune. Ces ateliers sont l'occasion d'un soutien collectif permettant de répondre à des questionnements disciplinaires et de partager les expériences de chacun.
- des séminaires professionnalisant bimensuels où sont invités des chercheurs de profils et disciplines variés,

récemment arrivés sur le marché du travail, à l'université ou dans le secteur privé, pour discuter de leur parcours et en débattre avec le public.

- des séminaires de recherche bimensuels scindés en deux parties. La première permet aux doctorants de présenter leurs recherches en cours et d'en débattre avec le public. La seconde, est consacrée à des chercheurs confirmés, invités à présenter leurs travaux.
- une journée d'étude réunissant autour d'une problématique commune les membres du réseau. Elle s'est tenue le 11 mai 2017 à la Maison de la Recherche de la Sorbonne nouvelle autour du thème : Usages et pratiques du numérique dans les secteurs culturels.



## L'Université d'été du LabEx ICCA

La cinquième université d'été du LabEx ICCA s'est tenue les 13, 14 et 15 septembre 2017 au Moulin d'Andé, dans l'Eure.

Rassemblant 19 doctorants et plus d'une vingtaine de chercheurs issus des laboratoires partenaires du LabEx, ces trois jours furent riches d'échanges scientifiques, et de mise en relation entre chercheurs.

Répartis en trois groupes thématiques, les travaux ont permis à chaque doctorant de présenter une communication autour de sa thèse, adaptée à son avancement (présentation de début de thèse, présentation type colloque ou présentation de fin de thèse). À l'issue de sa communication, chaque doctorant a pu échanger avec trois rapporteurs de différentes disciplines : un doctorant, un post-doctorant, un enseignant-chercheur. Cette université d'été comprend aussi une dimension internationale avec les interventions de deux professeurs étrangers invités : Gilson Schwartz, Professeur à l'Université de Sao Paulo (Brésil) et Malte Behrmann, Professeur à la BBW Hochschule de Berlin (Allemagne).

## Le workshop « Adapte ma thèse »

Organisé le 21 avril 2017 au Carrefour numérique<sup>2</sup> de la Cité des Sciences et de l'Industrie, en coopération avec l'École de la médiation et le Carrefour numérique<sup>2</sup>, cette journée de workshop interdisciplinaire a rassemblé doctorants et professionnels des institutions culturelles, désireux de travailler ensemble sur le thème du musée de demain.

À partir de problématiques et des premiers résultats de thèses de doctorants du LabEx ICCA, l'ambition de ce workshop a été de favoriser l'échange de points de vue sur les usages muséaux et la conception, en petites équipes interdisciplinaires, d'un objet muséal inédit : une médiation, un élément d'exposition, un outil organisationnel... 5 doctorants ont pu échanger avec les professionnels du secteur muséal et avoir ainsi des retours concrets et d'autres points de vues sur leurs travaux de thèse.

## Contrats de fin de thèse

Claudia Lambach, « Le cinéma de poche et l'insertion dans le domaine du cinéma », sous la direction de Kristian Fegeilson \_IRCAV

Liliana Mejia Betancur, « L'art comme outil de transformation socio-culturelle : le cas de Medellin (Colombie) des années 1980 à nos jours », sous la direction de Philippe Bouquillon \_LabSIC

Jordana Viotto, « Competition and Regulation of Crowdfunding Platforms: a Two-sided Market Approach », sous la direction de François Moreau \_CEPN

Anne Bessette, « Le vandalisme d'art (1970-2014) : enjeux et réception », sous la direction de Bruno Péquignot \_CERLIS

Daniel Plata, « Construction d'identité de produit dans l'industrie des jeux vidéo », sous la direction de Pierre Moeglin \_LabSIC

Cindy Lebat, « Médiation culturelle et handicap : réalités et enjeux de la mise en accessibilité des musées pour les publics déficients sensoriels », sous la direction de François Mairesse \_CERLIS

Yasemin Bozdogan, « The paradox of french motion picture industry », sous la direction de Françoise Benhamou \_CEPN

Quentin Mazel, « Une cinéphilie non ordinaire, la passion maudite du cinéma dit « de genre », sous la direction de Laurent Jullier \_IRCAV

Mailis Bougon, « Le rituel dans la musique », sous la direction de Bruno Péquignot \_CERLIS

Sejeong Hahn, « La fabrique des territoires créatifs. Etude comparative entre la France et la Corée du Sud », sous la direction de Fabrice Rochelandet \_IRCAV

Timothée Euvrard, « Les contenus audiovisuels à l'ère numérique et leurs producteurs : de la personnalisation des usages à la reconfiguration des dynamiques créatives », sous la direction d'Olivier Thévenin \_CERLIS

## Contrats doctoraux

Marion Ferrandery, « Les postures spectatoriennes des jeunes adultes face aux séries françaises à l'ère du numérique », sous la direction de Marie-France Chambat-Houillon \_CEISME

Ramadan Aly Tovar, « To stream or not to Stream : Impact on the Economics of Content Industries », sous la direction de François Moreau \_CEPN

Marie Ballarini, « Plateformes collaboratives dans les secteurs de la culture », sous la direction de Fabrice Rochelandet et François Moreau \_IRCAV

Chloé Mougenot, « Formes brèves médiatiques et formes médiatiques fragmentées : les médias comme espace de circulation des formes. », sous la direction de Marie-France Chambat-Houillon \_CEISME



## L'année 2017 en chiffres

**3**  
post-doctorants

**4**  
contrats doctoraux

**11**  
contrats de fin de thèse

**9**  
doctorants soutenus pour des missions de terrain dans le cadre de leur thèse - 11 330 €

**383 400 €**  
Dédiés au financement de jeunes chercheurs

**+ 250**  
Thèses en cours

# Perspectives

En 2017, ICCA a lancé un nouveau programme de recherche structurant : « Le Modèle Français ». D'importants moyens humains et financiers seront engagés pour développer ce nouveau programme de réflexion qui concernera l'ensemble des secteurs culturels traversés par le LabEx ICCA et mettra en évidence la complémentarité des compétences et des thèmes de recherche au sein du LabEx.

Le programme de recherche « MODÈLE FRANÇAIS » se propose de revenir sur l'« exception culturelle française ». Il s'agit d'interroger cet ensemble d'actions, de mesures de politiques publiques et de dispositifs juridiques qui réglementent le domaine culturel et donc les industries culturelles et créatives. Quelles sont les spécificités juridiques, politiques et économiques de ce modèle ?

Le « Modèle Français » repose, en particulier pour des observateurs étrangers, intéressés ou critiques, sur quelques grands principes : interventionnisme public ; impulsion structurante des politiques de l'Etat par rapport aux actions des collectivités territoriales ; importance des objectifs d'ordre politique et social à côté d'objectifs culturels et industriels ; existence d'un ministère de la Culture et de la Communication ; organisation par filières, dans une logique assez tubulaire, des actions en direction des industries culturelles

et délégation de manière assez autonome de la conduite des actions à de grands opérateurs spécialisés, dont le Centre National du Livre ou le Centre National de la Cinématographie et de l'image animée ; relative concertation avec les acteurs industriels et leurs représentants...

Depuis les libéralisations sectorielles, l'Etat français s'est assez largement retiré de la gestion directe même si des chaînes de télévision ou de radios sont encore des entreprises publiques. Pour autant, les politiques publiques et de régulation constituent un cadre et sont très importantes du point de vue du rapport de forces entre les acteurs industriels. Par ailleurs, la mondialisation des échanges et les mutations techniques engendrées par le numérique viennent quelque peu bousculer le modèle établi et poussent à s'interroger sur son efficacité et son éventuelle évolution.

La perspective centrale de ce programme de recherche vise donc à :

#### Susciter une réflexion globale sur la définition du modèle culturel français

Quelles sont les caractéristiques du modèle français ?  
Quelle est la philosophie qui l'anime et comment évolue-t-elle ?  
Quelle est l'efficacité de ce modèle au regard des objectifs poursuivis ?

#### Évaluer son efficacité et son attractivité à l'heure de la mondialisation

Quelles sont les remises en cause mais aussi les reprises dont il fait l'objet, en France ainsi qu'à l'étranger ?

#### S'interroger sur son évolution à venir au regard des transformations technologiques et industrielles

Comment est-il adapté aux transformations industrielles, en particulier aux interventions croissantes d'acteurs transnationaux des industries de la communication dans la production culturelle (Apple, Google ou Amazon par exemple), ainsi qu'à l'internationalisation ?  
Comment l'adapter aux nouvelles pratiques et aux nouveaux domaines de la culture ?

Pour organiser la réflexion autour de ce questionnement central dans les industries culturelles, ICCA a lancé un appel à projets ciblé, privilégiant trois axes de recherche :

Axe 1 : La définition du modèle français.  
Axe 2 : Les enjeux du modèle français à l'heure de la mondialisation des échanges.  
Axe 3 : Les politiques culturelles face à l'émergence du numérique et à l'élargissement à de nouveaux domaines.  
En réponse à cet appel, plusieurs équipes de recherche multidisciplinaires et internationales (Brésil, Pologne, Espagne, Inde) se sont mobilisées. Porté par le LabEx ICCA, ce réseau d'experts interrogera dans une approche comparative le modèle français, son influence, ses remises en question et ses adaptations.

Pour assurer la coordination de ces équipes de recherche, Leandro Valiati, professeur d'économie à l'Université fédérale de Rio Grande do Sul (Brésil) sera accueilli comme chercheur invité par le LabEx et travaillera en étroite collaboration avec un post-doctorant recruté pour assurer la coordination du programme. L'ambition est également d'associer à cette réflexion les institutions culturelles concernées : Ministères, Instituts Français, CNC...



Leandro VALIATI

Leandro VALIATI est professeur d'économie et de relations internationales à l'Université fédérale de Rio Grande do Sul (Brésil) où, à travers son centre de recherche NECCULT (<http://www.ufrgs.br/obec/neccult/>), il coordonne plusieurs projets de recherche nationaux pour le Ministère de la Culture brésilien (notamment le projet « Atlas brésilien de l'économie culturelle »), impulse et dirige des recherches menées conjointement avec des universités européennes et des études sectorielles de référence sur l'économie culturelle et les industries créatives. Leandro VALIATI a publié de nombreux articles sur l'économie créative. Il bénéficie d'expériences significatives dans l'enseignement, le conseil et la recherche dans des institutions nationales et internationales telles que l'UNESCO, l'Organisation des États ibéro-américains (OEI), le Peoples Palace Project (UK) et AHRC-UK. Il est titulaire d'une maîtrise en urbanisme avec spécialisation en économie de la culture et d'un doctorat en économie du développement. Professeur invité et chercheur invité à l'Université Queen Mary de Londres (UK) et à l'Université de Valence (ESPAGNE), il a été récompensé en tant que Talent Exceptionnel et Leadership Mondial par la British Academy. Royaume-Uni (2018).

# La collection ICCA

## La collection ICCA

Sous l'égide du Laboratoire d'Excellence ICCA, cette collection réunit les résultats de recherches consacrées aux différentes industries culturelles, traditionnelles comme le cinéma, la télévision, la musique ou l'édition, ou plus récentes comme la vidéo ou le jeu vidéo. Elle privilégie une perspective interdisciplinaire pour étudier les mutations induites par des mouvements de fond comme la mondialisation ou la numérisation qui bouleverse aussi bien les processus de création des contenus, que les modes de financement et de distribution de la production, les dispositifs de médiation et de promotion et enfin les pratiques de consommation.

## Parus cette année

- **Crowdfunding, industries culturelles et démarche participative. De nouveaux financements pour la création**, sous la direction de Laurent Creton et Kira Kitsopaniidou.

- **Culture et (in)dépendance. Les enjeux de l'indépendance dans les industries culturelles**, sous la direction d'Olivier Alexandre, Sophie Noël et Aurélie Pinto.

- **Le travail de la gamification. Enjeux, modalités et rhétoriques de la translation du jeu au travail**, sous la direction d'Emmanuelle Savignac, Yanita Andonova, Pierre Lénéel, Anne Monjaret et Aude Seurrat.

## À paraître :

L'enfance en conception(s). Comment les industries s'adressent-elles aux enfants, sous la direction de Gilles Brougère et Sébastien François  
Digital platforms and cultural industries, sous la direction de Philippe Bouquillion et François Moreau.  
Artisanat et design : un dessein indien ? sous la direction de Philippe Bouquillion, Julie Peghini et Catherine Servan-Schreiber.



## Liste des publications

### Ouvrages

BENHAMOU Françoise, 2017, L'économie de la culture, collection Repères, La Découverte (8e édition), 128 p  
GOFFAUX CALLEBAUT Géraldine, GUÉVEL Didier, SEUBE Jean-Baptiste, (dir.), 2017, Droit(s) et Street Art. De la transgression à l'artification, Editions LGDJ - Hors collection, 300 p  
LE MAREC Joëlle, MAIRESSE François, 2017, Enquête sur les pratiques savantes ordinaires. Collectionnisme numérique et environnements matériels, Lormont, Le bord de l'eau, 138 p.  
MAIRESSE François, (dir.), 2017, Définir le musée du XXIe siècle. Matériaux pour une discussion, Paris, ICOFOM, 312 p.  
MAIRESSE François, MONJARET Anne, 2017, (dir.), 2017, Accueillir et surveiller. Les métiers du gardien de musée, Paris, La documentation française, 235 p.

### Chapitres d'ouvrages

BLANC Nathalie, « Art subversif et droit d'auteur : le street art peut-il être protégé par le droit d'auteur ? » in Droit(s) et Street Art. De la transgression à l'artification, Editions LGDJ - Hors collection, 2017, pp 61-73  
BOUQUILLION Philippe, « Les politiques publiques en direction des industries culturelles », in Poirier,

Philippe (dir.), Politiques et pratiques de la culture, Paris, La Documentation Française, seconde édition, p.169-190.  
BOUQUILLION Philippe et MOEGLIN Pierre, « Creative industries between 'living labs' and 'robinsonnade' », in Hardy Hanappi, Savvas Katsikides, Manuel Scholz-Wäckerle, (dir.), Evolutionary Political Economy in Action. A Cyprus Symposium, Routledge, pp.24-35.  
BOURREAU M., GENSOLLEN M. et MOREAU F., 2017, « La consommation en régime d'abondance », in: D. Pasquier (ed), Explorations numériques - Hommages aux travaux de Nicolas Auray, Presses des Mines, Paris, pp. 101-118.  
GUÉVEL Didier, « La juridicisation du Street Art : hymne de gloire ou requiem ? », in Droit(s) et Street Art. De la transgression à l'artification, Editions LGDJ - Hors collection, 2017, pp 7-29  
MEKKI Mustapha, « Le graffiti, acte de destruction ou acte de création ? », in Droit(s) et Street Art. De la transgression à l'artification, Editions LGDJ - Hors collection, 2017, pp 29-31  
THEVENIN Olivier et DESSAJAN Séverine, « L'étude des pratiques de visites : Entre sociographie et réception » avec S. Dessajan in Regards interdisciplinaires sur les publics de la culture sous la direction de M-C Larouche, J. Lukerhoff,

S. Labbé, Presses de l'Université du Québec, 2017, p. 215-229.  
THEVENIN Olivier et WILHELM Carsten, « Sociability and digital practice: the French context of Internet Studies » in Kommunikationswissenschaft im internationalen Vergleich : Transnationale Perspektiven, editor Stefanie Averbek-Lietz, Springer VS, 2017, p. 161-184

### Articles publiés dans des revues académiques

BENCHENNA Abdelfettah, KSIKES Driss & MARCHETTI Dominique. 2017. « The media in Morocco: a highly political economy, the case of the paper and on-line press since the early 1990s », The Journal of North African Studies, 22:3, 386-410  
BOURREAU M., LESTAGE R. et MOREAU F., 2017, « E-Commerce and the Market Structure of the Recorded Music Industry », Applied Economics Letters, 24(9): 598-601.  
CARIOU C., LYUBAREVA I., ROCHELANDET F. (2017) « Crowdfunding et qualité de l'information. Le cas de la presse française », Réseaux, vol.35, n°205, pp.23-56.  
LYUBAREVA I., ROCHELANDET F. (2017) « Les nouveaux enjeux du pluralisme de l'information à l'ère des plateformes numé-

riques », Réseaux, vol.35, n°205, pp.9-19.  
LYUBAREVA I., ROCHELANDET F. (2017) « L'évolution des modèles d'affaires dans les industries créatives : L'exemple de la presse en ligne en France (2004-2014) », Revue d'Économie Industrielle, n°156, février, pp.123-157.  
THEVENIN Olivier et MOCHENROSS Arnaud, « Vodkaster, le réseau de la cinéphilie 2.0 : entre biens physiques et dématérialisation », in Revue Les Cahiers de Champs Visuels, L'économie de la cinéphilie contemporaine, sous la direction de C. Taillibert et A. Jaubert, n°14, 2017, p. 155-180.  
VIDAL Geneviève, 2017, « Etudes qualitatives d'usages numériques et approche critique », Approches inductives, numéro thématique. Perspectives critiques et approches inductives, p. 160-183  
VIDAL Geneviève, PAPILOUD Christian, 2017, « Positionnement socioprofessionnel des artistes du numérique », in Ni vu ni connu, la notoriété des artistes au défi de l'économie numérique, Journée d'étude organisée par le ministère de la Culture (DGCA) le 27 juin 2017, Edition Ministère de la Culture et Palais de Tokyo, pp. 73-79

15

colloques  
et journées d'études  
financés

7

nouveaux projets  
de recherche  
financés

1

nouveau programme  
de recherche  
structurant à  
dimension  
internationale lancé

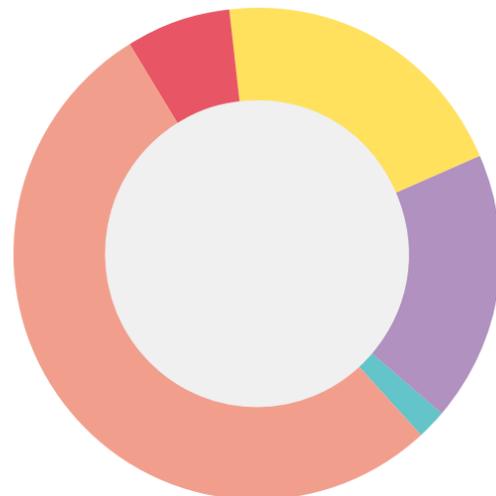


Plus de  
63 000 euros  
dédiés au  
financement  
de projets de  
recherche et de  
manifestations  
scientifiques  
(Appel à projets)



#### RÉPARTITION BUDGÉTAIRE DU LABEX EN 2017

- Recrutement 60%
- Recherche & formation 23%
- Valorisation 20%
- Frais de gestion 8%
- Gouvernance 2%



Laboratoire  
d'Excellence  
Industries  
Culturelles  
et Création  
Artistique

Maison des Sciences de l'Homme – Paris Nord  
20 avenue George-Sand  
93 210 La Plaine-Saint-Denis

labex.icca@univ-paris13.fr  
+33 (0)1 55 93 93 21

Abonnez-vous à la liste de diffusion du LabEX ICCA sur :  
<https://listes.univ-paris13.fr/mailman/listinfo/labexicca>

Pour modifier votre abonnement :  
<https://listes.univ-paris13.fr/mailman/listinfo/labexicca>

**Directeur de la publication**  
Bertrand Legendre

**Chef de projet**  
Vanessa Berthomé

**Réalisation**  
Canevet & Associés

**Responsable de la rédaction**  
Manuel Canevet

**Rédacteur en chef**  
Julia Zimmerlich

**D.A & mise en page**  
Philippe Caubit

