



Rencontre Professionnelles
29 et 30 septembre 2022
Espace Franquin
Angoulême

LA CREATION DE VALEURS DANS LES INDUSTRIES CULTURELLES ET CREATIVES

RENCONTRES PROFESIONNELLES

29 ET 30 SEPTEMBRE 2022

Ces deux journées ont pour objectif de structurer les échanges entre praticiens des industries culturelles et créatives et enseignants-chercheurs sur la façon dont les avancées majeures liées à l'économie numérique transforment les valeurs économiques, sociales et sociétales générées par les activités culturelles au sens large.

Nous proposons d'échanger des réflexions, des expériences et de débattre sur quatre processus qui nous paraissent emblématiques de la façon dont l'économie numérique transforme et ouvre de nouveaux horizons pour les activités culturelles et créatives dans des espaces de diffusion locaux, globaux ou virtuels.

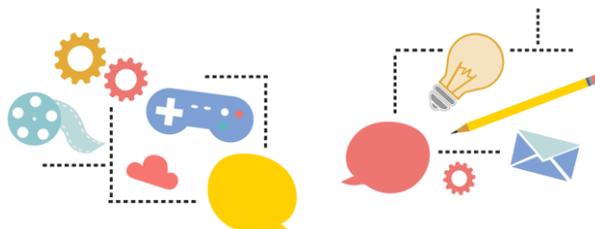
Comme le souligne Ariel Kyrou, « Veillons juste à ne pas céder au réductionnisme réduisant (...) toute valeur à celle du marché. » (Kyrou, 2014). Ces rencontres visent justement à débattre sur les valeurs souvent contradictoires qui orientent la façon dont les producteurs de contenus culturels s'approprient les possibles ouverts par les transformations numériques. Il s'agit de débattre des fluctuations, voire des basculements et des ruptures qui s'opèrent entre arts, innovations techniques numériques et valeurs sociales qui façonnent l'évolution permanente et toujours controversée des industries culturelles et créatives. De nouveaux paradigmes émergent qui modifient la façon de penser les œuvres d'art et les productions culturelles, de les concevoir, de les exposer et de les diffuser, ce qui induit une refonte complète des enjeux institutionnels, organisationnels, économiques et logistiques selon des idéologies contrastées (Shapiro et Heinich 2012 ; Thibault, 2021).

Références :

Kyrou, Ariel, Quand le numérique transmute les valeurs, *Multitudes*, Vol.3, n° 57, 2014, pp. 283-287.

Shapiro, Roberta et Heinich, Nathalie, *De l'artification. Enquêtes sur le passage à l'art*, Paris, Editions de l'EHESS, 2012.

Thibault, Clément, Les arts numériques, ce nouveau paradigme, *Observatoire des pratiques culturelles*, Vol .2, n°58, 2021, pp. 46-49



JOURNEE DU JEUDI 29 SEPTEMBRE 2022

Socialisation

KEYNOTE : Culture, territoires et communs : une nouvelle donne ?

Hervé DEFALVARD – Professeur – Université Gustave Eiffel - Champs-sur-Marne

Le processus de socialisation souligne à quel point les Industries Culturelles et Créatives rendent génèrent des valeurs de cohésion sociale et de respect de la diversité. Face à la défaillance de la famille et de l'entreprise comme institutions de la socialisation et de la construction des solidarités, l'art et la culture constituent des activités permettant à la fois de s'inscrire dans une communauté sociale et de restaurer l'identité individuelle de l'artiste (Dubar, 2000). Le secteur des Industries Culturelles et Créatives cristallise des valeurs essentielles à propos de l'éducation, de la gouvernance, de la citoyenneté, de l'égalité, de la tolérance qui fondent l'avenir d'une société durable favorisant le lien social à travers le dialogue à la fois intergénérationnel et interculturel (Convention de Faro, 2005 ; AFD, 2020 ; De Maisonneuve, 2022). Dans une perspective d'économie sociale et solidaire, la culture est un commun auquel chacun, quels que soient son origine ou son milieu, doit avoir accès et qui doit échapper aux logiques d'appropriation purement marchande (Lucas, 2017 ; Defalvard, 2019). Il s'agit de s'atteler à construire une culture de la coopération ancrée dans les territoires qui place la culture au cœur de l'édification d'une société coopérative de proximité (Besson, 2021). Comment amener les individus à devenir des contributeurs actifs d'une fabrique culturelle au cœur de la cité qui réponde à des enjeux de diversité et de proximité ? Comment le numérique renouvelle-t-il les sociabilités culturelles et les relations entre l'œuvre, l'acteur culturel, le territoire et les publics (Courbe, 2022) ? Comment apprécier les valeurs produites par ces sociabilités coopératives co-construites entre acteurs du territoire (Wanner, 2022) : primauté de l'humain sur le capital, démocratie, solidarité, coopération, innovation sociale, pragmatisme, esprit de responsabilité, efficacité et éthique ?

AFD (2020) Disponible sur : <https://www.afd.fr/fr/page-thematique-axe/industries-culturelles-et-creatives>

Besson, Raphaël, Bâtir une culture de la coopération, *Nectart*, Vol. 1, n° 12, 2021, pp. 92-101.

Conseil de l'Europe, La convention de Faro sur la valeur du patrimoine culturel pour la société, 2005.
<https://www.coe.int/fr/web/culture-and-heritage/faro-convention>

Courbe, Thomas, La fédération et la dynamisation des industries culturelles et créatives en France passeront par l'innovation et les nouvelles technologies, *Annales des Mines*, Février, 2022, pp. 47-49.

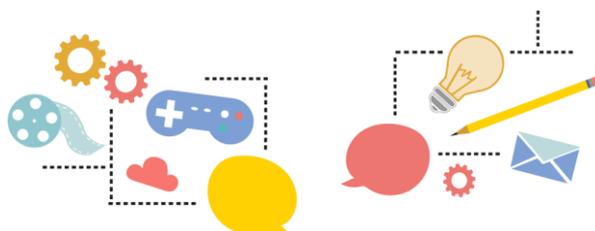
Defalvard, Hervé, *Culture et économie sociale et solidaire*. Presses universitaires de Grenoble, coll. « Économie sociale et solidaire », 2019.

De Maisonneuve, Gaël, Les industries culturelles et créatives : un levier de valorisation de l'exception culturelle et de la francophonie, *Annales des Mines*, Février, 2022, pp. 17-20.

Dubar, Claude, *La crise des identités. L'interprétation d'une mutation*, Paris, PUF, 2000.

Lucas, Jean-Michel, *Les droits culturels. Enjeux, débats, expérimentations*, Territorial Editions, 2017, 148 p.

Wanner, Prosper, Faro Convention and Participation. In : *The Faro Convention's role in a changing society: Building on a decade of advancement*. Council of Europe, 2022. pp. 6-18.



Virtualisation

KEYNOTE : Impact environnemental, addiction, données personnelles : quelques questions que posent les métavers

Pascal GUITTON – Professeur Emérite – Université de Bordeaux – INRIA Bordeaux

La forte croissance de la production d'œuvres immersives à portée culturelle pose la question de leurs publics et des modalités de consommation de ce type de produits. De plus, l'usage de plateformes spécifiques pour l'interaction des avatars de ces publics dans des environnements virtuels évolutifs en temps réel implique un recours prononcé de technologies toujours plus avancées. Ces technologies immersives ouvrent la voie à la création de réalités mixtes ou hybrides et aux métavers qui vont permettre aux avatars de vivre des expériences interactives inédites. Les nouveaux Business Models immersifs reposent sur la collecte et l'exploitation des données émotionnelles dont l'avatar sera le porteur unique et totalement disponible aux logiques de profilage et de recommandation algorithmiques. La pluralité de ces univers immersifs présente de nouveaux défis pour la propriété intellectuelle dans une économie des qualités qui met en jeu des processus de qualification et d'évaluation pluriels et parfois instables au sein d'un éco-système en devenir (Fourmentaux, 2021). Quelles modalités de prise de partage des risques afin de co-produire ces réalités immersives dans une visée culturelle ? Comment intégrer ces innovations immersives, par nature prototypiques, dans des logiques éprouvées de distribution, de conservation et d'exposition d'œuvres culturelles (Jarry et Roux, 2022) ? Doit-on s'inquiéter de l'émergence d'« un art de plateforme » (Thibault, 2021 ; Cornelissen, 2021) susceptibles d'enrichir la réalité par une surimpression d'éléments esthétiques, fictifs, ludiques co-construits dans la logique participative de l'économie de l'attention et du profilage algorithmique ?

Cornelissen, Adrien, Le mariage tumultueux entre les artistes et les géants du numérique et de la tech, *Nectart*, Vol. 2, n°13, 2021, pp. 152-162.

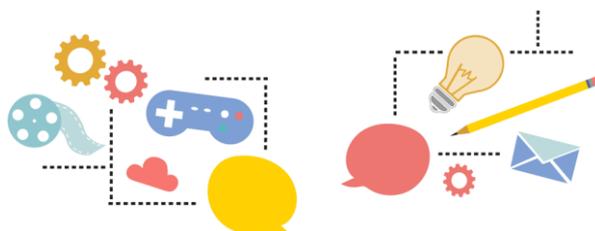
Fourmentaux, Jean-Paul, « Œuvres frontières » de l'art numérique : des actes de co-création interdisciplinaire, *Anthropologie et Sociétés*, Vol. 35, n° 1 et 2, 2011, pp. 187-207.

Guitton, Pascal et Roussel, Nicolas, Le métavers, quels métavers ?, 2022, HAL-id : hal-3599140

Jarry, Chloé et Roux, Alexandre, Perspectives et opportunités pour les technologies immersives (réalité virtuelle, réalité augmentée, mapping vidéo interactif) dans le secteur culturel, *Annales des Mines*, Février, 2022, pp. 53-57.

Rospigliosi, Pericles, Metaverse or Simulacra? Roblox, Minecraft, Meta and the turn to virtual reality for education, socialization and work, *Interactive Learning Environments*, Vol. 30, n°1, 2022, pp.1-3.

Thibault, Clément, Les arts numériques, ce nouveau paradigme, *Observatoire des pratiques culturelles*, Vol .2, n°58, 2021, pp. 46-49



Guignard Thomas, Données personnelles et plateformes numériques : sophistication et concentration du marché publicitaire, *ticsociété* [En ligne], Vol. 13, n° 1-2, 2019.

Isaac, Henri, *Business Models de plateformes : les clés pour accélérer votre transformation numérique*, Paris, Vuibert, 2021.

Mary, Jean-François, Réflexions sur l'avenir du cinéma face aux plateformes américaines de streaming, *Annales des Mines*, Février, 2022, pp. 29-32.

Artification

KEYNOTE : A la recherche de l'artification.

Roberta SHAPIRO – sociologue, IIAC EHESS et CEET CNAM

Dans une acception purement descriptive, le processus d'artification désigne la transformation du *non-art* en art (Shapiro, 2004) qui résulte d'interactions sociales visant à transformer des activités, des objets et le rôle des personnes. Les artistes se saisissant des technologies numériques « amènent bien souvent dans le débat social des questions éthiques et esthétiques, posées par le progrès de la science et des technologies à l'heure de la société algorithmique. » (Thibault, 2021, p. 47). Par exemple, les innovations liées à la « Blockchain » et aux « Non-Fongible Tokens » sous-tendent une logique d'artification qui s'applique à de nombreuses productions culturelles nativement numériques : images numériques, bande dessinées, webtoons, vidéos, productions sonores, etc. En permettant d'uniciser un fichier numérique d'ordinaire duplicable à l'infini, les NFT contribuent à singulariser les productions culturelles nativement numériques et à réintroduire de la rareté pour valoriser ces dernières. Il s'agit d'explorer les enjeux propres à la transformation du *non-art* en art qui est portée par de nouveaux acteurs renouvelant les formes d'intermédiation culturelle sur le plan technique, symbolique, juridique, financier et institutionnel. Comment ce processus de requalification de nouvelles formes culturelles en « œuvres numériques » redessine-t-il l'identité de l'auteur, du critique, du spectateur, des galeries, de l'amateur ou du collectionneur ? Quels liens l'artification des productions numériques noue-t-elle avec les galeries d'art et les marchés spéculatifs de l'art ? L'émergence de ces arts nouveaux à la croisée de sites participatifs et d'une logique spéculative requestionne-t-elle la finalité des musées et les médiations qu'ils établissent avec leurs publics ?

Heinich, Nathalie, L'artification de la bande dessinée, *Le Débat*, Vol. 3, n° 195, pp. 5-9.

Shapiro, Roberta, Qu'est-ce que l'artification ?, *communication*, XVIIème Congrès de l'Association internationale de sociologie de langue française, « L'individu social », Tours, May 2004, France. (halshs-00010486v2)

Shapiro, Roberta et Heinich, Nathalie, *De l'artification. Enquêtes sur le passage à l'art*, Paris, Editions de l'EHESS, 2012.

Heinich, Nathalie, *Des valeurs. Une approche sociologique*, Paris, Gallimard, 2017.

Thibault, Clément, Les arts numériques, ce nouveau paradigme, *Observatoire des pratiques culturelles*, Vol .2, n°58, 2021, pp. 46-49.



Comité scientifique

Valérie-Inés De La VILLE, Université de Poitiers

Jean-Christophe PASCO, Université de Poitiers

Victor CHEVALIER, Université de Poitiers

Charles-Alexandre DELESTAGE, Université de Poitiers

Cristina BADULESCU, Université de Poitiers

Lieu de l'événement



Espace Franquin, 1 Bd Berthelot, 16000 Angoulême

Pour toute information, n'hésitez pas à nous solliciter à l'adresse suivante :

fabricc@univ-poitiers.fr



Comité d'organisation : FAB R ICC

Equipe de recherche interdisciplinaire de l'Université de Poitiers dédiée aux entreprises des Industries Culturelles et Créatives de la région Nouvelle-Aquitaine

Implanté à Angoulême, le **FAB[®]ICC de l'Université de Poitiers** est une équipe de chercheurs interdisciplinaire dédiée aux Industries Culturelles et Créatives (ICC) : entreprises et institutions productrices de contenus culturels dans les domaines de l'image, la culture, la création et les arts numériques.

Sous la responsabilité scientifique de Valérie-Inés de La Ville, Professeur des Universités en Sciences de Gestion, le FAB[®]ICC réunit des chercheurs en économie, gestion, communication, arts numériques, droit du numérique, propriété intellectuelle, sciences et techniques informatiques. Les travaux interdisciplinaires du FAB[®]ICC consistent en l'étude des Industries Culturelles et Créatives tant du point de vue des modèles juridiques et d'affaire émergeant par les bouleversements du numérique que par l'exploration des nouveaux usages du numérique dans le champ de la culture. Par ailleurs, le FAB[®]ICC organise régulièrement des web-conférences et des journées de recherche sur le territoire accessibles à tous.

Les professionnels des ICC du territoire peuvent rencontrer les membres du FAB[®]ICC pour identifier, clarifier leurs problématiques et être orientés vers la structure universitaire pertinente sur le territoire de la Nouvelle-Aquitaine.

Cette initiative de l'Université de Poitiers, sous la tutelle de la [Maison des Sciences de l'Homme et de la Société – USR 3565](#) et du [CNRS](#), est financée et soutenue par l'[Union Européenne](#) (FEDER INSECT & E-IMMERSION), [l'Etat Français](#), [la Région Nouvelle-Aquitaine](#), [GrandAngoulême](#) et sa [Technopole EurekaTech](#) (CPER INSECT & E-IMMERSION).

Portage institutionnel



Fondée en 1431 par le pape Eugène IV, l'Université de Poitiers est l'une des plus anciennes universités d'Europe. Chaque année, l'Université accueille près de 27 000 étudiants à Poitiers, Le Futuroscope, Châtelleraut, Niort et Angoulême. <https://www.univ-poitiers.fr/>

Créé en 2013, la Maison des Sciences de l'Homme et de la Société est une unité mixte de services et de recherche rattachée à l'Université de Poitiers et au CNRS. Elle accueille 15 laboratoires de recherche de l'Université de Poitiers en Sciences Humaines, Économiques et Sociales. <https://mshs.univ-poitiers.fr/>

Le Centre National de la Recherche Scientifique, sous la tutelle administrative du Ministère de l'Éducation Nationale et du Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche, a été fondé en 1939 pour coordonner l'activité des laboratoires de recherche afin d'atteindre une plus grande efficacité dans la recherche scientifique. <https://www.cnrs.fr/>

