



# Culture

## Enjeux

Depuis plus de 20 ans, le secteur de la culture est particulièrement touché par le développement d'Internet et l'essor des technologies numériques. Si cela concerne l'accès à l'information et au savoir, cela impacte également la création, la production et la conservation de tous les types de produits culturels.

On compare souvent la portée économique et culturelle du numérique à celle de l'invention de l'imprimerie. Selon François Stasse<sup>1</sup>, « [...] *La comparaison avec l'invention de l'imprimerie est significative, car dans les deux cas, il s'agit d'un progrès technique ayant entraîné à la fois une reconfiguration de l'offre éditoriale et un important renouvellement des pratiques culturelles et sociales (avec, pour Internet comme pour l'imprimerie, une diffusion accrue de l'information, sous des formes jusqu'alors inédites). Ce à quoi le secteur culturel est aujourd'hui confronté est donc tout autant une révolution de l'offre qu'une révolution des usages.* »

**Une révolution de l'offre tout d'abord**, avec un volume croissant de ressources payantes ou gratuites qui s'intègre dans cette double logique typique du numérique, la massification et la diversification. De nouveaux modes de création, de nouveaux modes de production et de nouveaux contenus culturels émergent et se développent avec la particularité de voir les usagers/consommateurs devenir des prescripteurs (réseaux sociaux, blogs, forums) mais aussi des producteurs de contenus (création puis échange de fichiers musicaux ou de vidéos). Le numérique permet également le maintien de niches culturelles par exemple, le marché du vinyle.

Selon Chris Anderson, rédacteur en chef du magazine *Wired*, Internet favoriserait en effet le maintien de niches culturelles en permettant aux demandes les plus diverses de s'exprimer – et d'être satisfaites : ce modèle dit de « la longue traîne »<sup>2</sup> s'opposerait ainsi aux circuits de diffusion traditionnels soumis à d'importantes contraintes de stockage et de logistique, et privilégiant, de fait, les réponses aux attentes les plus communes des consommateurs. S'appuyant avant tout sur l'exemple des librairies en ligne telles Amazon, Anderson précise que ce modèle s'applique potentiellement à l'ensemble des industries culturelles, à condition que l'offre disponible soit suffisamment large et que sa valorisation sur Internet permette à la fois l'exploration et la recommandation des contenus.

**Une Révolution des usages ensuite**, avec un volume important de ressources et des contenus accessibles, qui permettent une consommation de façon mobile, immédiate, partagée et gratuite : ils sont devenus les piliers de la consommation culturelle, des « digital natives » notamment. Ce qui se traduit par deux évolutions voire deux mutations importantes avec d'une part de nouveaux rapports aux objets culturels (l'apparition et l'accroissement de contenus autoproduits à large diffusion) ; et d'autre part de nouvelles relations sociales (la progression de l'aspect communautaire et identitaire des réseaux).

Ces évolutions tendent à remettre en cause la place et le rôle des institutions de transmission de la culture : « *L'école, de même que les équipements culturels, ne détiennent plus le monopole de l'accès aux œuvres, ni même le monopole de la définition d'une œuvre puisque les communautés d'intérêt*

---

<sup>1</sup> François Stasse. « *Rapport au Ministre de la culture et de la communication sur l'accès aux œuvres numériques conservées par les bibliothèques publiques* » Avril 2005. Disponible sur :

[http://www.centrenationaldulivre.fr/IMG/pdf/rapport\\_Francois\\_Stasse.pdf](http://www.centrenationaldulivre.fr/IMG/pdf/rapport_Francois_Stasse.pdf)

<sup>2</sup> Chris Anderson. « *The Long Tail* » [en ligne]. *Wired*, October 2004, Issue 12.10. Disponible sur <http://wiredvig.wired.com/wired/archive/12.10/tail.html>

*thématique proposent des systèmes de labellisation et de production de légitimité qui concurrencent celles des institutions [...]. Puisque ces générations vivent sur un mode relationnel et non plus statutaire, l'argument de la position (sachant/apprenant) ne suffit plus à légitimer ni à fonder l'hégémonie du discours institutionnel »<sup>3</sup>*

La généralisation rapide des pratiques numériques engendre des changements de modes de vie et de comportements culturels.

On constate d'une part la disparition des « supports » culturels (le CD, le DVD, peut-être le livre) et leur remplacement par des « services » culturels, dématérialisés, mais aussi des flux, des formats, etc. On regarde de plus en plus la télévision sur tablette ; on écoute davantage la radio sur smartphone ; les films et la musique sont de plus en plus souvent consommés sur ordinateur ou en mobilité. Quant au livre physique, qui est le moins rapide des « produits » culturels à basculer dans le numérique, il commence désormais sa lente mutation vers le digital (en 2014 pour la première fois, les achats de livres par Internet ont dépassé les ventes physiques aux États-Unis).

Et d'autre part, l'atténuation de la notion « d'œuvre finie », liée à un média de diffusion spécifique, et son remplacement par un *content*, c'est-à-dire un contenu culturel qui peut devenir indépendant des supports de diffusion, passer d'un média à l'autre créé pour de multiples plateformes et adapté à tous leurs formats.

L'accès à tous ces nouveaux contenus se fait de plus en plus en mobilité et le smartphone comme la tablette deviennent les supports essentiels pour l'accès aux contenus culturels. Dans les faits, cela se traduit par une montée en puissance de ces nouveaux modes d'accès numériques :

**78 % des internautes ont déjà consommé des biens culturels en 2018**  
**41 % du chiffre d'affaires de la musique enregistrée provient du marché numérique (+20% en un an)**  
**+ 18% du chiffre d'affaires des ventes de jeux vidéo dématérialisés par rapport à 2015**

Écouter, regarder ou télécharger des contenus culturels (films, musique, images, jeux) concerne en France 47 % des internautes en 2014 contre 34 % en 2007 information du DEPS (Département des études de la prospective et des statistiques du ministère de la Culture). La révolution numérique crée une possibilité d'accès quasi infini aux œuvres de l'esprit, mais parfois au détriment des auteurs.

Deux des sept premières catégories de biens et de services achetés en ligne sont des catégories culturelles. Les livres sont en première position des achats en ligne : 35 % des consommateurs ont déjà acheté des livres par ce biais. Les billets de concert, festival et théâtre arrivent en septième position, et 25 % des consommateurs en ligne visitent le site Internet des salles de spectacle et d'autres vendeurs de billets.<sup>4</sup>

Dans ce contexte et à la différence de ce que l'on observe aux États-Unis, on n'observe pas de baisse significative des pratiques culturelles non numériques. Généralement ces baisses impactent les musées, les théâtres, les salles de concert, les opéras et, de manière générale, le spectacle vivant.

La définition de la « culture » change et s'élargit fortement et rapidement, incluant désormais des formes esthétiques, des types d'arts et des types de métiers plus nombreux. Et il existe désormais une réflexion quant à l'intégration du numérique dans la création artistique même dans des pratiques non numériques. Les outils numériques ne sont plus utilisés comme des outils de communication et d'information mais comme des éléments de création artistique. L'équipe artistique se voit alors étoffée de développeurs, de web designers pour la création d'interfaces programmées. De plus, l'auteur doit intégrer une part aléatoire dans son œuvre : le comportement du spectateur. L'œuvre pourra se

---

<sup>3</sup> Sylvie Octobre. « Pratiques culturelles chez les jeunes et institutions de transmission : un choc de cultures ? » Culture prospective, janvier 2009, 2009-1, p. 6. Disponible sur : <http://www2.culture.gouv.fr/culture/deps/2008/pdf/Cprospective09-1.pdf>

<sup>4</sup> <http://www.createurope.eu/en/wp-content/uploads/2014/11/study-full-fr.pdf>

modifier par les interactions qui interviennent entre l'environnement scénique, l'artiste et le public. Il pourra anticiper mais jamais contrôler le comportement du spectateur. Mais le spectateur est-il assez mature pour éviter que la dimension ludique ne prenne le dessus sur la dimension artistique <

« *Les arts numériques au théâtre se doivent donc d'être « compétitifs » face à la culture de l'écran dans nos sociétés pour s'adapter à ces nouveaux profils de spectateurs. La génération Y, celle des écrans, ne peut plus s'en passer et ce même pendant une pièce de théâtre ou une séance de cinéma ; les gens doivent se sentir « connectés » et il est devenu monnaie courante de voir des spectateurs envoyer des textos ou prendre des appels pendant une représentation* », comme le souligne le *Nouvel Obs'* dans son article « *Théâtre : le smartphone bouffe les auditions, les répétitions et les coulisses* », publié en ligne en août 2015<sup>5</sup>. Une autre étude publiée, cette fois par le journal américain *The Wall Street Journal* nous apprend que même en coulisses, les acteurs se ruent sur leurs portables à la pause et ne vont plus discuter avec leur partenaire comme avant, ce qui nuit au lien social et à la relation entre les professionnels.

## Contexte mayennais

Le département de la Mayenne dispose d'une réseau culturel solide et atypique : il est perçu à ce titre comme une référence au niveau régional (la situation mayennaise n'a pas d'équivalent dans les Pays de la Loire), voire national. La qualité du maillage culturel de proximité (saisons culturelles, conservatoires, réseaux de lecture publique, cinémas, festivals, etc.) est connue.

Ce paysage culturel singulier est le fruit de l'engagement des EPCI (Etablissement publics de coopération intercommunale) et de l'effet levier du Département pour la culture, via un soutien aux réseaux lecture, aux saisons des territoires et aux conservatoires. Depuis les années 90, aidés par la mise en place d'un schéma culturel départemental, les EPCI ont consolidé leurs compétences et les moyens engagés. Cette structuration intercommunale a permis de développer des projets culturels et de mettre en œuvre les moyens nécessaires à leur réalisation au sein de territoires ruraux. Des projets de qualité se déploient au sein des EPCI, portés par du personnel intercommunal qualifié, avec des acteurs qui ont la capacité de travailler en réseau. Ce maillage, porté par de petites équipes, reste cependant fragile.

Les territoires ont été et sont encore accompagnés (ingénierie culturelle, ressources, mutualisations de projets au niveau départemental, etc.) dans la réalisation de leurs projets par des acteurs ressources départementaux, notamment Mayenne Culture, la Bibliothèque départementale de la Mayenne (BDM) et Atmosphères 53.

Cet écosystème culturel se caractérise par la proximité et le lien social, une priorité pour l'éducation artistique et culturelle à destination des jeunes, ainsi que des dynamiques de réseau fortes, propres à porter des projets innovants.

## Ressources

### Le Cinéma

« *Big bang économique, rachat de la Fox par Disney, explosion de la vidéo à la demande par abonnement, concurrence entre les géants du Net et les acteurs historiques... 2017 aura beaucoup secoué les industries du cinéma et de l'audiovisuel en France comme dans le monde. Tout notre modèle, bâti dans les années 1980, doit se réinventer.* » Frédérique Bredin - Présidente du CNC.

À la différence des États-Unis où le nombre d'entrées en salle est en déclin, les salles françaises ont des résultats au beau fixe : « *En 2016, les salles ont enregistré l'un de leurs meilleurs résultats depuis 50 ans avec 213 millions d'entrées. Premier pays européen pour la fréquentation, la France l'est aussi pour le nombre de cinémas avec 9 écrans pour 100 000 habitants. Première sortie culturelle des Français (2 sur*

---

<sup>5</sup> Théâtre : « *le smartphone bouffe les auditions, les répétitions et les coulisses* » <https://www.nouvelobs.com/rue89/rue89-nos-vies-connectees/20150813.RUE0218/theatre-le-smartphone-bouffe-les-auditions-les-repetitions-et-les-coulisses.html>

*3 y vont au moins une fois par an), le cinéma reste aussi la première activité culturelle des moins de 25 ans, qui constituent un tiers des spectateurs des salles <sup>6</sup>. »*

Aujourd'hui, le marché du cinéma, c'est 1.4 Mds € en 2017 et la France a le premier parc de cinémas en Europe, avec 5 909 salles, et se situe au 5<sup>e</sup> rang mondial pour son réseau. En 2006, alors que le volume de production était autour de 200 films annuels français, les films français ont réalisé 83 millions d'entrées. Depuis 2015, où le seuil des 300 films a été atteint, le nombre moyen des entrées des films français se stabilise autour de 75 millions (77 millions en 2017)<sup>7</sup>. La production d'animation (cinéma et audiovisuel) a connu un développement remarquable, qui permet à la France d'être au 2<sup>e</sup> rang mondial des pays producteurs et exportateurs. Une nouvelle génération de conventions entre l'État, le CNC et les collectivités (2017-2019) a été mise en place pour couvrir 2017-2019. Les régions ont fait le pari du cinéma et de l'audiovisuel en augmentant leur engagement de 30 % envers ce secteur, ce qui représente au total plus de 140 M€ par an.

Tout un écosystème régional existe pour le développement de la filière cinéma

- Pour les professionnels, une plateforme collaborative recense toutes les compétences (1159 membres, 4 Mayennais et 3 structures)<sup>8</sup>
- Pour le tournage, 36 lieux de tournages sont recensés sur le site institutionnel<sup>9</sup> - À noter un guide pratique des lieux de tournage intéressant mais obsolète...<sup>10</sup>

## **En Mayenne**

*« La Mayenne bénéficie via ses cinémas d'un réseau de lieux de vie et de culture plutôt en bonne santé, ainsi que d'un tissu, plus souterrain, de créateurs actifs. »<sup>11</sup> En 2018, 10 cinémas (dont 9 classés « art et essai ») permettaient un maillage dense du territoire départemental avec 24 écrans et 4 555 fauteuils. Cela représente à peu près un cinéma par EPCI (sauf sur la CC du Pays de Meslay-Grez). Les statuts de ces salles sont divers (privé, associatif, municipal...). « Issus du patronage, des mouvements d'éducation populaire ou de la volonté d'une poignée de cinéphiles, ils ont pour point commun d'être, aujourd'hui encore, animés par des passionnés » : ces dynamiques, souvent vieillissantes, sont fragiles.*

Les salles mayennaises comptabilisaient 682 500 entrées en 2018 (dont 469 700 à Laval), soit 2,2 entrées par habitant alors que la moyenne régionale est de 3.14. Il s'agit d'une augmentation notable de 120 000 entrées qui a pu être constatée au cours des dix dernières années, liée notamment à un fort investissement des collectivités dans de nouveaux équipements comme à Mayenne, Évron ou encore (construction d'un nouveau cinéma en 2021). À ceci s'ajoutent le cinéma en plein air (environ 3 000 spectateurs chaque été) et les festivals de cinéma (dont les Reflets du cinéma, sur tout le département, 4<sup>e</sup> festival cinéma de la région, avec 23 000 spectateurs en 2018).

Le Département et l'association Atmosphères 53, structure ressource spécialisée et interlocuteur privilégié du Département pour le cinéma, accompagnent les salles de cinéma dans leurs évolutions techniques (soutien financier et ingénierie). Aux côtés de l'État, de la Région, des EPCI ou communes, le Département a cofinancé en 2011 les salles de cinéma pour leur transition numérique : toutes les salles mayennaises sont ainsi équipées. Le renouvellement des appareils de projection numérique se posera dans les années qui viennent.

---

<sup>6</sup> Tranzistor <https://www.tranzistor.org/cinema-cinemas/>

<sup>7</sup> <http://www.culture.gouv.fr/Espace-documentation/Rapports/Rapport-sur-le-financement-prive-de-la-production-et-de-la-distribution-cinematographiques-et-audiovisuelles>

<sup>8</sup> <https://www.laplateforme.net/>

<sup>9</sup> <https://locations.filmfrance.net>

<sup>10</sup> <https://fr.calameo.com/read/0003220111949de96b31d?editLinks=1>

<sup>11</sup> Tranzistor <https://www.tranzistor.org/cinema-cinemas/>

## **Le Jeu vidéo<sup>12</sup>**

En France, 53 % des Français jouent régulièrement (53 % d'hommes, 47 % de femmes) ; 95 % des jeunes de 10 à 14 ans ; 92 % des 15-18 ans ; 91 % des 19-24 ans. Ces chiffres obligent à relever la dimension « sociale » du jeu vidéo, c'est-à-dire à lui reconnaître le statut de pratique culturelle à part entière, partagée, productrice et porteuse de normes, de valeurs et de sens.

Bien que restreinte, l'industrie du jeu vidéo est l'un des secteurs les plus innovants de l'économie numérique. Elle est à l'avant-garde du développement et de l'expérimentation de nouveaux services numériques, en ligne, hors-ligne et surtout sur mobiles, touchant une part croissante de la population.

Contrairement à la plupart des industries culturelles, le secteur du jeu vidéo est confronté à une concurrence internationale féroce, en particulier de la part des géants japonais et américains du développement et de l'édition. Pour autant, les exportations annuelles en dehors de l'Europe font des jeux vidéo le bien culturel européen le plus vendu.

Le marché français du jeu vidéo est 4,9 Mds d'€ en 2018 (+15 %) soit plus le double de celui cinéma. Ce secteur se distingue par sa puissance industrielle, avec l'implantation en France de grands studios de développement qui ont su tirer parti du caractère mondialisé de cette industrie culturelle, mais aussi par sa grande vitalité artistique, portée par l'essor du jeu indépendant (80 % des jeux en développement sont des nouvelles propriétés intellectuelles).

Les jeux vidéo recouvrent une grande diversité de jeux, de tous genres et destinés à tous types de plateformes (mobiles, PC, consoles, VR). Aux côtés des genres traditionnels (jeux d'aventure, d'action, de gestion, jeux stratégiques et historiques, « puzzle games » et simulations sportives, etc.) de nouvelles tendances éditoriales apparaissent et ouvrent des perspectives artistiques intéressantes. Ainsi, les jeux narratifs sont de plus en plus élaborés sur le plan scénaristique, les jeux du réel croisent expérience ludique et écriture documentaire, le jeu vidéo combine expérience digitale et objet physique, la réalité virtuelle développe de nouvelles mécaniques de jeu basées sur l'expérience sensorielle.

## **En Mayenne**

En Mayenne, la BDM a introduit le jeu vidéo dans les bibliothèques et médiathèques depuis 2018. Ce support a permis d'attirer un public jeune et plutôt masculin et veut réunir sur un lieu convivial tous les publics, en favorisant le lien intergénérationnel autour du plaisir du jeu. Par exemple, des tournois sont organisés entre bibliothèques sur plusieurs réseaux intercommunaux, réunissant jeunes et familles.

## **Le Livre**

Dans cette mutation générale de la culture et, plus significativement, des industries culturelles, le livre et l'édition conservent une grande singularité.

Aujourd'hui plus qu'hier, la lecture dès le plus jeune âge nourrit le futur adulte et citoyen. Le livre et la lecture ouvrent le chemin vers la connaissance, invitent à la découverte, aux rencontres et, en cela, offrent une véritable chance de comprendre le monde et de l'appréhender. Ils sont donc essentiels à la construction de l'individu. Et toutes les études montrent que les citoyens qui lisent sont mieux armés, socialement et professionnellement.

Le livre reste le premier bien culturel des Français : le livre papier reste encore fort et solide en France, et la lecture l'une des activités préférées. Avec 356 millions de livres vendus (formats papier et

---

<sup>12</sup> [https://www.afjv.com/etudes\\_jeux\\_video.php](https://www.afjv.com/etudes_jeux_video.php)

numérique confondus), le livre accuse toutefois une baisse de 1 % des ventes en 2018<sup>13</sup>. Et l'on constate combien le poids du livre et de la lecture s'amenuise, en particulier chez les plus jeunes. Les multiples activités physiques ou digitales des 15-25 ans laissent peu de place à la lecture au quotidien. En moyenne, par semaine, les 15-25 ans pratiquent 9 activités et passent près de 15h sur Internet, prioritairement sur leur smartphone.

Dans ce contexte, l'idée que le livre puisse échapper à la révolution numérique paraît de plus en plus illusoire à côté d'autres activités culturelles. Le livre bouge lentement et de manière moins spectaculaire.

Le numérique impacte fortement le secteur du livre.

- **Le temps consacré à la lecture**

Les jeunes de 7-17ans pratiquent près de 9 activités dont près de 5 d'entre elles de manière quotidienne : écouter de la musique (75 %), aller sur les réseaux sociaux (72 %), échanger à distance avec leurs amis (60 %), regarder des vidéos (56 %) etc. La lecture (18 %) arrive à la 9<sup>e</sup> position des activités pratiquées chaque jour.

Du fait de la nature des activités qu'ils pratiquent le plus, les 15-25ans passent un temps considérable sur Internet dans le cadre de leurs loisirs : en moyenne, 14h48 par semaine, notamment pour aller sur les réseaux sociaux, mais aussi regarder des vidéos (55 % des jeunes adultes regardent des vidéos exclusivement sur Internet), échanger à distance avec leurs amis (29 %), écouter de la musique (23 %) ou jouer à des jeux vidéo (16 %).

Mais l'enquête du Centre national du livre (CNL) sur le dernier salon du Livre à Paris (mars 2019) souligne que les Français lisent toujours autant même si le marché semble se redessiner via les 15-24 ans et les femmes vers une plus grande variété littéraire (mangas, bande dessinée, science-fiction, livres sur le développement personnel). Avec un nombre supérieur de jeunes lecteurs, 88 % des Français se déclarent lecteurs.

- **L'acquisition des livres**

La vente en ligne a très nettement progressé (45 % pour les livres « papier », soit une augmentation de 7 points en 2016<sup>14</sup>) au détriment des librairies et des grandes surfaces. Ces ventes de livres « papier » sur des sites en ligne se font en France pour les deux tiers chez Amazon et pour un tiers à la FNAC (celles-ci représentent déjà au total 18 % des ventes de livres papier)<sup>15</sup>.

Le fait que les livres « papier » se vendent de plus en plus chez des libraires en ligne affaiblit la vente traditionnelle en magasin qui compte encore 15 000 points de vente, dont 2 500 libraires « indépendants ».

Par ailleurs, le nombre de grandes surfaces culturelles et des lieux d'achat spécialisés dans l'occasion se sont également développés.

Aux États-Unis les ventes en ligne – livres imprimés et e-books – dépassent désormais les ventes physiques en librairie.

Il est à retenir que 32 % des non-acheteurs en librairie pensent que les livres y sont plus chers qu'ailleurs (en ligne) car ils ignorent que le prix du livre est unique en France. Et la résistance des librairies physiques s'explique par l'expertise des libraires, qui conseillent les lecteurs et s'imposent comme des critiques dignes de confiance.

En Mayenne, la BDM a mis en place le Prêt numérique en bibliothèque (PNB, dispositif national) au sein de la Médi@thèque numérique. Les achats de ces livres numériques ont été opérés auprès des librairies locales inscrites sur le dispositif national.

Travailler avec elles plutôt que répondre aux sollicitations de grossistes a été acté par la BDM leur ouvrant un marché nouveau et une montée en compétence dans cette expérimentation. Site pour la librairie M'lire (<https://www.librairiemlire.com/boutique/301/livres-numeriques-ebooks/>)

---

<sup>13</sup> <https://www.gfk.com/fr/>

<sup>14</sup>

[https://www.centrenationaldulivre.fr/fichier/p\\_ressource/13913/ressource\\_fichier\\_fr\\_les.frana.ais.et.la.lecture.2017.03.20.ok.pdf](https://www.centrenationaldulivre.fr/fichier/p_ressource/13913/ressource_fichier_fr_les.frana.ais.et.la.lecture.2017.03.20.ok.pdf)

<sup>15</sup> <https://www.lalibrairie.com/>

- **Les livres numériques<sup>16</sup>**

Ce sont des livres que l'on achète ou que l'on télécharge le plus souvent sur Internet et que l'on peut lire sur un écran<sup>17</sup>.

En 2018, on constate que ce format connaît une hausse des ventes de 9 %. Toutefois son poids est encore faible, le livre « papier » conserve une très large majorité des parts de marché (95 %, en volume comme en chiffre d'affaires).

On constate que depuis qu'ils sont passés aux e-books, 26 % des lecteurs lisent plus qu'avant (contre 21 % en 2017) et 20 % d'entre eux achètent plus de livres qu'auparavant (contre 16 %).

En Mayenne, la Médi@thèque numérique de la BDM comporte des livres numériques à lire en streaming ou à télécharger. Point de vigilance : la liseuse Kindle du fournisseur Amazon ne permet pas de télécharger d'autres produits que ceux commercialisés par cette société contrairement aux autres marques.

- **Les livres audio**

Près de 2 Français sur 10 ont déjà écouté un livre audio.

Le livre audio a été adopté par un grand nombre de lecteurs d'e-books. Près de 45 % d'entre eux ont ainsi déclaré en avoir écouté au moins un au cours de l'année.

- **Les manifestations littéraires**

Elles ont un rôle actif dans l'animation culturelle et sociale des territoires. Elles sont un objet de fierté, générateur de lien social et de mobilisation locale. Jouant un rôle pédagogique indéniable, participant à la formation de l'esprit critique, les manifestations littéraires sont source d'ouverture sur le monde et constituent un apport immatériels difficilement mesurables mais soulignés par tous.

## En Mayenne

La Mayenne est relativement riche en manifestations littéraires, soit à l'échelle intercommunale grâce aux EPCI, soit à l'échelle départementale voire régionale : le Festival du premier roman et des littératures contemporaines de Laval met à l'honneur les romanciers adultes novices, tandis que le salon Croq' les mots, marmot !, cible la petite enfance ou le Prix Bull'gomme 53<sup>18</sup>, la bande dessinée. Ces deux secteurs sont influencés par les nouvelles pratiques du numérique, comme le montre le parcours du vainqueur du Prix Bull'gomme 2019, Jonathan Garnier, qui rejoint les éditions Ankama après des études dans le graphisme et un premier poste de print designer dans le jeu vidéo.

Sur Croq' les mots, marmot !<sup>19</sup>, le numérique a été mis à l'honneur lors de l'édition 2016/2017, avec l'accueil en résidence de Vincent Godeau et Agathe Demois pour la création de l'appli Cache-cache Ville (qui a reçu une mention à la foire du livre jeunesse de Bologne)

Au cœur de l'écosystème du livre, les manifestations littéraires dynamisent et créent du lien entre les secteurs marchand et non marchand de la filière.

Les manifestations rayonnent au-delà des professionnels du livre et sont devenues des rendez-vous de référence pour montrer un savoir-faire, se former, se faire connaître ou échanger des pratiques professionnelles. Outil majeur de marketing territorial par la visibilité et la notoriété qu'elles confèrent, les manifestations littéraires sont un facteur d'attractivité et de véritables vitrines du terroir.

Sur le département, un réseau important de lecture publique, composé de 134 bibliothèques, qui s'appuie sur la Bibliothèque départementale (BDM) s'adapte aux nouveaux usages autour du concept de médiathèque, de 3<sup>e</sup> lieu et des pratiques, usages et services numériques.

---

<sup>16</sup> [https://www.sne.fr/app/uploads/2018/03/barometre-2018\\_HD2-imprimeur.pdf](https://www.sne.fr/app/uploads/2018/03/barometre-2018_HD2-imprimeur.pdf)

<sup>17</sup> <http://www.lettresnumeriques.be/2018/03/23/les-chiffres-et-les-usages-du-livre-numerique-en-france/>

<sup>18</sup> <http://bdm.lamayenne.fr/index.php/component/tags/tag/prix-bull-gomme-53>.

<sup>19</sup> <https://www.croqlesmotsmarmot.org/la-residence>

Grâce à l'informatisation de la quasi-totalité des lieux de lecture publique, accompagnée par le Conseil départemental, les usagers ont accès aux catalogues des bibliothèques. Sur une grande partie des territoires, ils peuvent réserver en ligne de leur domicile les documents souhaités sur les portails des bibliothèques, emprunter un document et le rendre sur un autre point, l'informatisation et les usages en ligne s'adaptant ainsi aux besoins de l'utilisateur.

La Bibliothèque départementale<sup>20</sup> met à disposition des usagers des bibliothèques la Médi@thèque numérique qui offre de plus de 45 000 contenus, allant du livre numérique à la VOD en passant par la presse.

Le Conseil départemental a déployé dans les bibliothèques des malles numériques contenant des tablettes, liseuses et vidéoprojecteurs leur permettant des animations numériques, le prêt de liseuses auprès de leurs usagers, et des malles « jeu vidéo » comprenant des consoles, des jeux et des casques de réalité virtuelle.

Centre de formation des équipes locales de bibliothécaires, la BDM inscrit régulièrement des formations sur ces nouvelles pratiques et invitent les bibliothécaires à assister à des comités numériques, espaces d'échange et de transmission des savoir-faire<sup>21</sup>.

Prochainement, pour sensibiliser les équipes locales et leurs usagers à ces nouvelles pratiques, la BDM va programmer des ateliers numériques auprès de leurs publics. Plutôt ludiques autour du maleymakey ou de l'impression 3D dans le cadre de l'intégration de FAB LAB dans les médiathèques, ils élargissent la palette des « fréquentants » des bibliothèques et permettent l'appropriation de ces pratiques dématérialisées ou numériques sur des publics parfois éloignés de ces outils.

D'autres initiatives plutôt à l'échelle régionale :

<https://www.mobilis-paysdelaloire.fr>

<http://www.culture.paysdelaloire.fr/>

<http://www.patrimoine.paysdelaloire.fr/accueil/>

## **Le Spectacle Vivant**

Assister à un spectacle peut être onéreux et le devient d'autant plus à un moment où Internet propose un accès gratuit ou bon marché à de nombreux spectacles enregistrés. Les spectacles sur scène, en direct, deviennent pour beaucoup un « luxe ». La fréquentation des théâtres et des salles de concert chute depuis de nombreuses années.

Le financement du spectacle vivant s'articule souvent autour d'un ensemble de partenariats (dons et collectes de fonds privés), la vente des billets et des subventions publiques. Face à la baisse des subventions, la hausse des coûts de production (contraintes de sécurité) et une baisse de la fréquentation, les organisateurs ont tendance à augmenter le prix des billets pour limiter les pertes ou maintenir l'équilibre.

Les concerts et les festivals de musique connaissent quant à eux une progression. La fréquentation du spectacle vivant a progressé de 15 % en 2017<sup>22</sup>. Les événements musicaux en plein air attirent un public venant d'un territoire plus large, de l'étranger, et les organisateurs doivent mettre très clairement en évidence ce qui les distingue des autres. Après un développement important du secteur sur le plan

---

<sup>20</sup> <http://bdmlamayenne.bibliodemand.com/>

<sup>21</sup> <http://bdm.lamayenne.fr/index.php/formation/presentation>

<sup>22</sup> <https://www.banquedesterritoires.fr/la-frequentation-du-spectacle-vivant-progresse-de-15-en-2017-et-les-festivals-font-le-quart-des>  
<http://www.cnv.fr/publication-chiffres-diffusion-spectacles-varietes-et-musiques-actuelles-0>



quantitatif, aujourd'hui nous assistons davantage à un développement qualitatif dans un univers de concurrence féroce.

Les festivals représentent le quart des entrées du spectacle vivant. C'est un secteur artistiquement et économiquement dynamique, en particulier pour les musiques actuelles. Ce chiffre résulte non pas d'une hausse des tarifs, mais d'un effet de volume, combinant une augmentation du nombre de représentations payantes (+ 4 %) et une progression du nombre d'entrées (+ 8 %).

Au niveau national, la moyenne de la fréquentation s'établit à 439 entrées par représentation payante, avec un prix moyen du billet de 35 euros. Cette moyenne est toutefois trompeuse compte tenu du fort contraste entre un grand nombre de petites manifestations à faible fréquentation et faible coût et un petit nombre de spectacles à forte fréquentation et fort coût. Les valeurs médianes sont de 183 spectateurs par manifestation et de 14 euros par entrée payante.

Les solutions numériques ont investi les festivals en plein air, à tous les niveaux : les réseaux sociaux permettent développer la communication auprès du public de façon plus directe et plus efficace ; les solutions de paiement numérique renforcent la sécurité des clients et facilitent la comptabilité des organisateurs ; la diffusion en direct aide à toucher un public plus nombreux et dans le monde entier.

Des offres haut de gamme se développent, axées sur la qualité des services et le contenu des prestations, et ont pour but de toucher une clientèle individuelle qu'un ciblage vers la clientèle professionnelle. Ces stratégies de « premiumisation » proposent des produits plus chers aux clients qui peuvent payer davantage.

Et même si les activités culturelles ne constituent pas le motif premier du voyage, le spectacle vivant peut s'intégrer aux vacances et aux voyages et les opportunités de développement de ces activités dans les stratégies de tourisme culturel sont encore nombreuses.

### **En Mayenne**

La Mayenne dispose d'un réseau de proximité qui permet à tous les habitants, en zone urbaine comme en zone rurale de disposer d'une offre territoriale<sup>23</sup>. Le département comptait ainsi en 2018 :

- 13 saisons culturelles professionnelles qui ont rassemblé environ 132 000 spectateurs et quelque 500 représentations ;
- 10 conservatoires intercommunaux accueillant 25 000 usagers réguliers ;
- une trentaine d'équipes artistiques professionnelles, principalement dans les domaines de la musique (musiques actuelles, musique classique, jazz), du théâtre et de la danse ;
- 190 000 spectateurs pour la cinquantaine de festivals de spectacle vivant.

Les projets de saisons et les festivals s'ouvrent progressivement au numérique, que ce soit au niveau des outils (billetterie, communication, médiation, etc.) ou par l'accueil d'artistes utilisant ces techniques à des fins artistiques par exemple, les spectacles du Théâtre de Laval pendant Laval Virtual.

Dans les conservatoires mayennais de musique, danse, théâtre et arts plastiques, au-delà des outils qui facilitent le fonctionnement de l'établissement (inscriptions en ligne, communication...), le numérique est amené à prendre également sa place dans la pédagogie, au service du développement de l'esprit créatif des élèves. Cela passe notamment par :

- le lancement d'offres d'enseignement de MAO (musique assistée par ordinateur), par exemple par le biais de logiciels d'écriture et de composition musicale ou d'enregistrement, à Laval, Mayenne, Craon ou Château-Gontier ;

---

<sup>23</sup> <https://www.tranzistor.org/saisons-culturelles-regard-en-coulisses/>

- Des projets d'investissement dans de nouveaux outils pédagogiques (tableaux blancs interactifs, outils de formation musicale) ;
- L'utilisation d'espaces de travail numérique collaboratifs (partage supports de cours, partitions, enregistrements, etc.).

Ces projets nécessitent l'intervention de professionnels spécialisés et la formation des équipes.

## **La Musique<sup>24</sup>**

Le spectacle vivant musical et la musique enregistrée fonctionnent en symbiose. La fréquentation des spectacles musicaux (festivals et concerts) progresse régulièrement depuis plusieurs années. Certaines salles de concert ont développé une offre digitale. Digital Concert Hall<sup>25</sup> ou la Philharmonie de Paris Live<sup>26</sup>, par exemple, se dotent de sites performants et offrent des expériences de concerts en ligne inégalées, notamment par la qualité des prestations, tant musicales que technologiques. Le spectacle vivant se positionne désormais en acteur du Net.

La musique enregistrée et l'industrie du disque ont été les premiers secteurs à être touchés par l'avènement d'Internet, avec les plateformes de distribution et le piratage, dès la fin des années 90<sup>27</sup>. Les débuts ont été catastrophiques pour le marché (emplois, croissance, ventes, droits d'auteurs). Mais les acteurs du milieu (labels indépendants notamment) ont considéré cette menace comme une opportunité faisant de cet outil un atout pour la création, permettant à de nouveaux arrivants de s'installer et de développer de nouveaux systèmes.

La musique en ligne<sup>28</sup> est entrée de plain-pied dans l'économie de la musique, à hauteur de plus de 50 % de son chiffre d'affaires. Le passage du mode de consommation en téléchargement au streaming gratuit puis payant, confirme le glissement du modèle de la distribution vers celui de la diffusion. De même, le nombre de références disponibles chez les acteurs généralistes est passé de 6 millions à 40 millions en moyenne en 10 ans (2007/2016). Toutefois, la concurrence est très rude dans ce secteur à faible rentabilité : 101 sites (sur un total de 192) ont quitté l'échantillon entre 2007 et 2016, soit par fusion-acquisition, soit par fermeture ou réorientation.

Les ventes numériques de musique enregistrée ont augmenté de 109 % en Europe entre 2009 et 2013<sup>29</sup>. En 2013, les téléchargements représentaient 67 % des revenus du numérique en Europe. Mais le streaming progresse fortement et régulièrement, et les revenus de la diffusion en continu provenant de la publicité et des abonnements augmentent notablement chaque année.

D'après une enquête menée sur un échantillon mondial de consommateurs de 16 à 64 ans issus de vingt pays, chaque consommateur écoutait 17.8 heures de musique par semaine en 2018<sup>30</sup>. Si 75 % d'entre eux écoutent depuis un smartphone, ce taux est de 94 % pour les 16-24 ans.

L'avenir repose sur le streaming, plus que sur le fait de posséder de la musique : il incarne un nouveau modèle d'écoute basé sur l'accès instantané et illimité à la musique. Ce modèle s'adapte aux habitudes numériques et aux environnements connectés d'aujourd'hui.

<sup>24</sup> <https://www.cnv.fr/offre-musique-numerique>

<sup>25</sup> <https://www.digitalconcerthall.com/en/home>

<sup>26</sup> <https://live.philharmoniedeparis.fr/>

<sup>27</sup> <https://octaviana.fr/document/192130986#c=0&m=0&s=0&cv=0>

<sup>28</sup> [https://www.cnv.fr/sites/cnv.fr/files/documents/PDF/Ressource/Obs%20eco/MNUM\\_10%20ans\\_2007\\_2016.pdf](https://www.cnv.fr/sites/cnv.fr/files/documents/PDF/Ressource/Obs%20eco/MNUM_10%20ans_2007_2016.pdf)

<sup>29</sup> <http://www.creatingeurope.eu/en/wp-content/uploads/2014/11/study-full-fr.pdf>

<sup>30</sup> <https://www.ifpi.org/downloads/Music-Consumer-Insight-Report-2018.pdf>

En matière de création musicale, l'utilisation des outils numériques est également de plus en plus importante dès la conception des œuvres puis tout au long du processus de mise en forme et de diffusion.

## **L'ART CONTEMPORAIN**

Les artistes contemporains s'approprient les technologies nouvelles et en font des sujets et/ou des objets de création. Parallèlement, les outils numériques ouvrent plus grand le champ des possibles en matière de conception et de réalisation. Plasticiens, photographes et vidéastes voient ainsi leur espace d'exploration et de création s'enrichir.

Les technologies numériques permettent également de développer l'accès du public aux œuvres visuelles et plastiques. Elles permettent d'améliorer la diffusion des collections par la mise en ligne de certaines œuvres. Comme pour la musique et le cinéma, ces démarches peuvent néanmoins remettre en cause les revenus des artistes contemporains. Le cas de la photographie, aisément empruntable et reproductible, est ici emblématique. De même, l'accès à la pratique de la photographie, facilité par l'usage des appareils numériques et des logiciels de retouche, a entraîné de nombreuses évolutions dans le développement de ce champ artistique.

### **En Mayenne :**

Trois centres d'art contemporain existent sur le territoire mayennais : ils accueillent des artistes s'appropriant les technologies nouvelles. Ils reçoivent près de 12 000 visiteurs par an.

À Laval, il faut noter la présence de l'association l'Art au Centre, qui organise des expositions sur différents sites, ainsi que du festival Recto Verso (2<sup>e</sup> édition en 2019), un satellite du salon Laval Virtual, qui explore les nouveaux espaces de création ouverts par la réalité virtuelle aux artistes. Cette exposition a été 100 % numérique en avril 2020.

## **La Télévision**

Les Français regardent de plus en plus de programmes télévisés à d'autres horaires que ceux auxquels ils sont diffusés au départ, et sur d'autres appareils que leur poste de télévision.

En 2017, un nouveau recul de la durée d'écoute quotidienne de la télévision en France qui s'établit à 3h42 par jour, est enregistré ainsi qu'une nette progression de la télévision de rattrapage, avec 6,9 milliards de vidéos visionnées en replay, contre 6,5 milliards en 2016, soit une progression de 6,6 % sur un an. Le mobile (téléphone mobile ou tablette) supprime le téléviseur comme premier support de consommation de la télévision en ligne, pour la deuxième année consécutive.

La vidéo à la demande (VàD) comprend le paiement à l'acte (achat ponctuel d'une vidéo) et les formules par abonnement (VàDA). Si le VàD en paiement à l'acte reste stable, le VàDA a explosé en 2017, avec une progression de 89,5 %. Inexistante en 2013, Netflix est numéro 1 et détient près de 33% du marché, numéro 1 devant Orange et MyTF1VOD. Par ailleurs, Amazon Prime Video est à la 13<sup>e</sup> place, après 2 ans de présence sur le secteur en France. L'arrivée de services de vidéo par abonnement en ligne, tels que Netflix, ne conduit pas, pour l'instant, à un abandon massif des autres services d'abonnement. En 2015, le streaming vidéo a capté 63 % du trafic Web mondial. Alors que les services de Netflix sont en pleine expansion, ce chiffre devrait atteindre 80 % en 2020 selon le cabinet Sandvine (Global Internet Phenomena Report). Les investissements de Netflix pour 2018 et pour 2019 sont estimés à 12 milliards de dollars ; à titre de comparaison les investissements globaux (tous financements confondus) dans la production d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques en France en 2017 s'élèvent à 2,8 Mds€

environ<sup>31</sup>. La plupart des téléspectateurs semblent voir ces nouveaux services d'abonnement non pas comme une alternative, mais plutôt comme une offre complémentaire à d'autres services par abonnement et de télévision à péage.

### **La Radio**

La radio reste un média très populaire. En moyenne, 70 % des Français déclarent écouter la radio au moins une fois par semaine. Elle est considérée comme un média d'information doté d'une plus grande crédibilité que les autres. Par ailleurs, en cas de catastrophe, c'est souvent le premier et parfois le seul média à fournir de l'information.

Depuis longtemps la radio a opéré une mue en intégrant le numérique. Ainsi, les réseaux sociaux et les appareils mobiles offrent de nouvelles possibilités en termes de partage d'informations et de contenus supplémentaires, et permettent de proposer des services en ligne et hors-ligne.

- <https://www.francebleu.fr/mayenne>
- <http://fidelitemayenne.fr/>
- <http://www.lautreradio.fr/>

Internet a par ailleurs permis à des radiodiffuseurs sonores amateurs de surmonter les contraintes liées à la disponibilité limitée des fréquences avec le lancement de webradios, permettant de toucher des audiences plus ciblées à moindre coût.

Les auditeurs préfèrent des stations auxquelles ils peuvent s'identifier et avec lesquelles ils peuvent interagir. La proximité est indispensable à la réussite d'une radio.

---

<sup>31</sup> <http://www.culture.gouv.fr/Espace-documentation/Rapports/Rapport-sur-le-financement-prive-de-la-production-et-de-la-distribution-cinematographiques-et-audiovisuelles>