



Industries culturelles : qui détient le pouvoir ?

La puissance des géants du Net dans le secteur en débat au Forum d'Avignon.

ENGUÉRAND RENAULT @erenault

CULTURE La sixième édition des Rencontres internationales de la culture, de l'économie et des médias au sein du **Forum** d'Avignon se déroulera du 21 au 23 novembre. Les participants débattront de la question centrale : qui détient le pouvoir culturel ? Une question qui fait l'actualité tant culturelle qu'économique et fiscale.

Ces deux dernières années, les États se sont inquiétés de la montée en puissance des géants du Net, Google, Facebook, Amazon, Apple et même Twitter. Ces derniers ont mis en place des stratégies visant à capter la nouvelle unité de valeur du monde numérique et culturel : les données. Ils ont développé une capacité à concentrer une audience planétaire : Facebook et Google s'adressent à eux seuls à la moitié des internautes du monde, souligne L'Atelier BNP Paribas dans son étude « Big Data, Big Culture ». Ils ont développé une expertise dans l'analyse et l'exploitation des données personnelles des internautes et utilisent ces informations pour développer des offres toujours plus larges, alliant vente de biens électroniques (smartphones, tablettes, liseuses) et de services culturels (achat ou location de musique, de films, de séries audiovisuelles) ou de voyages, de médecine...

Ces « software companies » ont la capacité de développer des usages et des codes de consommation nouveaux. Leur puissance se mesure directement en Bourse : Facebook a retrouvé une valorisation supérieure à 100 milliards de dollars et Twitter a démontré, via son introduction retentissante, que son usage vaut bien 25 milliards de dollars. Les États-Unis, l'Europe, la France et aujourd'hui l'Italie s'inquiètent de la constitution de nouveaux monopoles

les dont l'activité ne profite pas aux caisses des États. L'Italie réclame 1 milliard d'euros à Apple pour évasion fiscale, la France a fait de même pour Google, et, selon l'étude de Kurt Salmon, le manque à gagner fiscal des États-Unis eux-mêmes serait de 92 milliards de dollars depuis trois ans.

Location de biens culturels

Outre celle de L'Atelier BNP Paribas, les études publiées par les partenaires du Forum d'Avignon - Kurt Salmon (« Créateurs, producteurs, distributeurs, consommateurs : qui détient le pouvoir ? »), Bain (« Les nouvelles prescriptions : de l'abondance à la découverte ») et EY (« Comportements culturels et données personnelles au cœur du Big Data ») - tournent toutes autour de cette problématique. Le numérique a révolutionné les circuits de distribution des biens culturels. Il est aujourd'hui en train de révolutionner la notion même de demande culturelle, de plus en plus influencée par des algorithmes de recommandation et même de découverte assistée.

Surtout, les géants du numérique migrent progressivement vers des offres de location de biens culturels (streaming audio, vidéo et même de livres). Les œuvres culturelles sont désormais stockées dans le nuage informatique (le cloud) et leur mise à la disposition des consommateurs se matérialise par un accès à un terminal via un réseau Internet. Abondance des œuvres, disponibilité à tout moment et partout, choix du consommateur opéré via un algorithme, détachement de la notion de possession, autant de notions qui bouleversent la question du pouvoir dans les industries culturelles. Le consommateur pense sincèrement avoir pris le pouvoir. Les producteurs pensent sincèrement l'avoir conservé. Les géants du Net entretiennent ces illusions à leur profit. ■