

Note de recherche n°2 (2020)

“LA BELLE AU BOIS DORMANT” II, UNE POLITIQUE D’AIDE D’URGENCE POUR LES ARTS ET LA CULTURE

Par Simon Grand, Frédéric Martel, Roman Page et Christoph Weckerle

Cette note de recherche s’inscrit dans une série de quatre notes du Zurich Centre for Creative Economies (ZCCE), à l’Université des Arts de Zurich sur les conséquences économiques du coronavirus pour le secteur de la culture.

Introduction – (Christoph Weckerle)

Note 1 – Roosevelt, la WPA et la politique d’aide d’urgence pour les arts aux États-Unis 1936-1939 (Frédéric Martel)

Note 2 – La grande dépression culturelle (Frédéric Martel)

Note 3 – L’économie créative suisse : quelques réflexions à partir des statistiques pour nourrir les débats actuels en Suisse (Roman Page, Christoph Weckerle)

Note 4 – Au-delà des débats actuels : quelle stratégie alternative pour analyser l’économie créative (Simon Grand, Christoph Weckerle)

ABSTRACT | L’épidémie de Covid-19 affecte depuis février 2020 des pans entiers de l’économie mondiale. Singulier et atypique, le secteur de l’économie créative est frappé durement sur le plan économique mais également dans son identité et son organisation. Ces quatre notes se proposent de : (1) rappeler l’histoire des programmes d’aide à la culture mis en place par le passé, notamment durant la grande dépression de 1929 ; (2) analyser la situation actuelle des secteurs culturels, à la fois dans leur ensemble et, dans leur singularité, secteur par secteur ; (3) présenter les données statistiques déjà disponibles en faisant, enfin, (4) une série de propositions articulées avec les acteurs concernés.

Note II
La grande dépression
culturelle

II.1 – L'économie créative, une économie comme une autre.

II.2 – L'économie créative, une économie qui n'est pas comme les autres.

II.3 – Les sous-secteurs de l'économie créative.

Conclusion**NOTE II****La grande dépression culturelle**

En mars 2020, un grand nombre de pays à travers le monde sont entrés dans une période de confinement partiel ou total. Ce « lockdown » soudain, à la fois inédit et de masse, a eu des conséquences considérables sur l'ensemble de l'économie mondiale. La vie culturelle et les industries créatives ont été également affectées par cette crise et ce de trois manières différentes, et souvent cumulées : 1. d'abord de manière générale comme tous les secteurs économiques ; 2. de manière spécifique, ensuite, en tant que secteur créatif et culturel ; 3. enfin de manière sectorielle en fonction de chaque sous-secteur culturel. Cette triple crise culturelle a également ceci de singulier qu'elle n'a jamais été anticipée par aucune société de conseils, de prospective ou de « forecast », pourtant si nombreuses et si coûteuses.

Christiane Bourbonnaud, qui fut directrice adjointe du festival international de théâtre d'Avignon, et qui, avec les membres du conseil administration du festival, vient de se résoudre à annuler l'édition prévue en juillet, explique : « Ce qui me frappe surtout c'est l'incertitude, voire la sidération, dans laquelle nous sommes : des informations qui se contredisent d'un jour à l'autre. On ne peut donc raisonner qu'à court terme et prendre en compte les données de l'instant. C'est une situation intenable pour un

responsable culturel qui doit se projeter dans l'avenir. »



Credits: Christophe Raynaud de Lage / Festival d'Avignon

S'il existe encore peu d'études chiffrées sur l'impact économique du coronavirus sur le secteur de la culture, l'organisation Americans for the Arts a déjà mesuré, à partir d'un premier sondage sur 120 000 institutions culturelles américaines, un manque à gagner de l'ordre de 4,8 milliards de dollars pour ces institutions interrogées. Ce qui correspond à une perte « médiane » de 38 000 dollars par organisation, à ce jour, ce qui ne tient pas encore compte des pertes sur la période mai-août 2020¹.

Cette deuxième note s'attache donc à décrire la situation actuelle dans ces trois dimensions – générale, sectorielle, sous-sectorielles –, à partir des données quantitatives et études disponibles², ainsi que d'une série d'entretiens qualitatifs réalisés à l'international par le Zurich Centre for Creative

¹ - Americans for the Arts, « The Economic Impact of Coronavirus on the Arts and Culture Sector », mise à jour au 27 avril 2020.

² - Voir : pour les US, les données du NEA et d'Americans for the arts ; pour l'Allemagne, les données recueillies par l'u-institut Backes & Hustedt GbR ainsi

que « Künstler in der Corona-Krise: Ausgespielt », The Zeit, 22 avril 2020 ; pour la Suisse, voir la note 3 dans cette série ; voir aussi : Compendium Cultural Policies and Trends/Covid 19 : <https://www.culturalpolicies.net/covid-19/>

Economies entre le 14 et le 28 avril 2020. Ces entretiens ne visent pas à représenter le secteur culturel mais à illustrer la situation en cours³.

II.1 – L'économie créative, une économie comme une autre.

Le secteur culturel et créatif (CCS) est un ensemble disparate qui comprend le secteur « traditionnel » des arts ainsi que celui des industries culturelles et créatives (ICC), auxquels il faut ajouter un nombre considérable d'activités économiques « related » (tourisme, numérique, télécoms, éducation, design etc.). Ce secteur culturel et créatif est lui-même divisé en une dizaine de sous-secteurs⁴. En dépit de ces différences, l'ensemble des structures et des personnes de ce secteur ont été impactées par la crise sanitaire en cours. Le ralentissement économique brutal, le travail à domicile, la distanciation sociale et la fermeture de l'ensemble des lieux accueillant du public ont eu des conséquences, variables certes, mais communes, pour eux.

Comme les autres salariés, de nombreux artistes ou professionnels de la culture n'ont plus de salaire ; ceux qui étaient rémunérés au cachet n'ont plus forcément de contrats ; certains sont au chômage ou en chômage

partiel ; d'autres n'ont aucune indemnité. Les comédiens de la Comédie Française, par exemple, qui est pourtant un théâtre public français d'excellence, sont rémunérés par un salaire fixe (environ 60 % de leurs revenus) et par un salaire variable en fonction de leurs engagements sur scène (à hauteur de 40 % de leurs revenus) ; tous ont donc perdu en moyenne 40 % de ce salaire⁵.

La plupart des personnes interrogées sont d'accord sur un point : on ne peut guère prévoir à ce stade les conséquences à moyen et long termes de cette crise sanitaire et économique, dont les effets véritables ne seront observés que plus tard, cet automne ou cet hiver – et peut-être bien au-delà.

Le journaliste culturel d'El Pais, Tom Avendaño, confiné à Madrid, présente ainsi la situation : « Quelle crise affrontons-nous ? Une crise sanitaire, une crise économique, une addition des deux, autre chose ? Personne ne sait très bien quelle est la nature de cette crise ni combien de temps elle va durer, y compris après la fin du confinement. Il y a donc un paradoxe : une demande accrue pour la culture, en période de confinement et un besoin accru de se tourner vers les artistes pour avoir un réconfort et une perspective ; en même temps, il y a moins de consommateurs prêts à payer des formes traditionnelles de culture, auxquelles ils n'ont d'ailleurs plus accès. Une telle friction débouche généralement sur de nouvelles voix,

³ - La plupart des artistes interviewés pour cette note l'avaient été une première fois pour notre rapport « Positive Economy » en 2018 ; nous les avons donc, autant que possible, retrouvés et ré-interviewés pour suivre et analyser leur situation au temps du Covid-19). Voir : « Positive Economy, Towards New Business Models for Artists », Entrepreneurial Strategies for a « Positive Economy », 3rd Creative Economies Report, ZHdK

⁴ - Ce n'est pas le lieu ici de faire l'histoire des typologies du Secteur Culturel et Créatif (CCS) ni des

Industries Culturelles ou Créatives (ICC), ou de revenir sur les classifications existantes ; voir sur ces sujets : F. Martel, *State of the arts, Cultural policies : Mapping a field in reinvention*, ZHdK/ZCCE, 2020, 41p. Voir aussi : Policy Research Group, *The Creative Economy : Key Concepts and Literature Review Highlights*, Canada, 2013.

⁵ - Michel Guerrin et Brigitte Salino, « Baïllon de culture », *Le Monde*, 22 avril 2020.

Note II
La grande dépression
culturelle

II.1 – L'économie créative, une économie comme une autre.

II.2 – L'économie créative, une économie qui n'est pas comme les autres.

II.3 – Les sous-secteurs de l'économie créative.

Conclusion

de nouveaux styles, de nouveaux modèles face à une situation inconnue. »

Au-delà des problèmes économiques, les effets en cascade sont les plus difficiles à mesurer et seront, probablement, les plus durables. Ainsi du marché de la publicité, en forte baisse partout, ce qui affectera durablement les médias ou la production audiovisuelle bien après les périodes de confinement strict et, en conséquence, aura un impact sur plusieurs secteurs culturels à la fois. Acculés par des dettes colossales, que pourront proposer les gouvernements, les États et les villes en termes de « relief » ? Sans perspectives, les riches philanthropes semblent eux-aussi prudents dans leur politique de dons, ce qui se traduit par une baisse du mécénat des individus et une posture de « wait and see » des fondations. Même des sites de dons ou de financements participatifs (comme Patreon, Tipeee, My Major Company etc.) connaissent ce ralentissement, notamment du fait des donateurs ou des investisseurs potentiels qui attendent de voir ce qui va se passer. Les effets « boule de neige » sont donc nombreux et potentiellement dévastateurs dans cette crise actuelle.

Au-delà des institutions et des entreprises culturelles, la situation individuelle des artistes est la plus complexe à analyser. Brett Gleason, un musicien « indie », confiné chez lui à Brooklyn, pense que les artistes sont « doublement victimes du coronavirus ». « Ici à New York, dit-il, la plupart des jeunes musiciens, des acteurs, des comédiens ou des artistes “DIY” ont généralement de petits jobs pour pouvoir continuer leur passion. Ils sont “bartenders” dans les cafés, ils donnent des cours ou jouent de la musique dans le métro pour se faire des pourboires. Or, non seulement leurs activités artistiques sont à l’arrêt mais, en plus, leurs petits jobs, en particulier à cause de la fermeture des cafés et

des restaurants, se sont aussi arrêtés. Ils sont doublement victimes. » Selon Gleason, la « communauté artistique underground de New York » et tous les artistes « émergents » sont frappés et actuellement « en très grande difficulté ». Dans certaines résidences culturelles (The artist Fund, Union of actors etc.), les artistes n’arrivent même plus à payer leur loyer ; ailleurs, dans les ghettos, les favelas, les bidonvilles, ils n’arrivent plus à manger à leur faim. Gleason note toutefois que les cours en lignes se sont multipliés et qu’il est possible pour un musicien « online » d’accroître modérément sa rémunération en ce moment du fait d’une demande accrue : « Je donne mes cours de musique sur Zoom, ce n’est pas la même chose qu’en face à face, mais c’est mieux que rien ».



Credits: Hans Vivek

Ce sentiment de précarité accrue est partagé par plusieurs artistes indépendants interviewés. Ainsi de l’espagnol Miguel Rojas Palencia, un réalisateur de films « indies » qui est confiné à Barcelone : « En général, le travail artistique est mal payé, sauf pour certains artistes reconnus, et souvent il n’est même pas payé directement. Si on part de ce constat de la précarité du secteur culturel en général, alors les conséquences de cette crise sanitaire sont dévastatrices car cela signifie la perte du peu de revenus que nous avons encore. Autrement dit, on passe d’un état de précarité à un état de misère. »

Le musicien suisse Hanspeter Kruesi résume la situation : « Les artistes et les créateurs ont été frappés les premiers. Les gouvernements devant s'occuper de secteurs plus vitaux à leurs yeux, ils seront les derniers à être aidés. Entre temps, ils vont devoir se prendre en charge par eux-mêmes – comme toujours ! Personnellement, je mets tous mes efforts sur mes activités online, l'éducation et les concerts, et je travaille dur parce que l'offre étant désormais très large, seule la qualité professionnelle fera la différence ».

Toutes les personnes interrogées pensent qu'il y a une transformation en cours vers une plus large digitalisation de la culture, phénomène qui était antérieur à la crise du coronavirus, mais que celle-ci est en train d'accélérer. « C'est un changement complet de paradigme », laisse entendre Brett Gleason. Même analyse du musicien et producteur belge Elvin Galland (connu dans la musique électro sous le pseudonyme de Jim Henderson) : « Je mesure évidemment les conséquences que cette crise a pour moi. Tous mes concerts ont été annulés, mes rendez-vous en studio aussi. Tous les plannings et les tournées qui avaient été mis en place concernant les sorties ou les clips vidéos sont tombé à l'eau. Financièrement, même si je n'avais pas anticipé d'utiliser mon argent pour ça, j'ai de la chance d'avoir épargné un peu afin de pouvoir payer mon loyer et mes factures. Mais ça ne pourra pas durer très longtemps. »

En conclusion ici, il semble donc que la culture soit impactée une première fois comme tous les autres secteurs économiques, ce qui suffit déjà à la paupériser. En retour, sa fragilisation nuit également à l'économie générale, car, comme le rappelle l'ancienne ministre de la Culture française, Aurélie Filippetti : « La culture en

France représente environ 3 % du PIB et 800.000 emplois directs. Beaucoup plus si on résonne en emplois indirects. Dans certaines villes, comme par exemple pour les grands festivals, la culture fait vivre ces villes l'été grâce au tourisme, à la restauration, l'hôtellerie. » Beaucoup de responsables culturels pourraient avancer les mêmes arguments dans leurs pays, leurs régions ou leurs villes : si la culture s'arrête, c'est des pans entiers de la vie qui disparaissent.

II.2 – L'économie créative, une économie qui n'est pas comme les autres.

Si les artistes et les professionnels de la culture doivent, comme tout le monde, payer leur loyer ou se nourrir, s'ils peuvent être malades ou menacés de chômage, ils apparaissent par d'autres aspects de leur vie professionnelle comme plus singuliers. Avec un mélange d'institutions culturelles subventionnées et d'entreprises créatives privées, le secteur est déjà très atypique par rapport au reste de l'économie. Mi-public, mi-privé, il se caractérise également par des entreprises de taille souvent plus modestes que dans le reste de l'économie, un plus grand pourcentage de salariés à mi-temps et un salariat plus jeune. Par ailleurs, un pourcentage plus important d'auto-entrepreneurs ou de salariés « intermittents » rémunérés au cachet caractérise ce secteur, ainsi qu'un degré d'étude globalement supérieur. Les conditions économiques et sociales des artistes sont donc assez différentes du reste de la population, ce qui se traduit par des conséquences notables par temps de crise.

Note II

La grande dépression culturelle

II.1 – L'économie créative, une économie comme une autre.

II.2 – L'économie créative, une économie qui n'est pas comme les autres.

II.3 – Les sous-secteurs de l'économie créative.

Conclusion

Enfin, le numérique joue un rôle majeur, et accru, dans le secteur⁶.

L'ancienne ministre de la Culture du Mexique, Consuelo Sáizar, qui est actuellement confinée au Royaume Uni, commente : « Cette crise nous ramène à notre condition fondamentale et à notre fragilité. Curieusement, beaucoup, sinon la plupart, des façons dont nous relevons ce défi proviennent des technologies les plus avancées que nous avons développées. Je vois, pour ma part, une poursuite de la démocratisation de la culture à travers les écrans numériques. Cela nous fera réapprendre notre façon d'aimer les arts. À une époque où l'espoir et le bonheur sont au point mort, je suis pour ma part plutôt optimiste. »

Mario von Rickenbach, un artiste et un designer de jeux vidéos basé à Zurich, confirme : « Les sources de rémunérations semblent avoir un gros impact sur la situation économique des artistes : ceux qui s'appuient sur de l'argent public et des médias sans présence physique, comme les films d'animation, semblent pouvoir continuer à travailler plus ou moins normalement et à être financés, bien que ce ne soit pas nécessairement possible, ou même facile, de travailler depuis chez soi. En revanche, ceux qui dépendent du "live" ou de la billetterie, ont clairement un problème.

Dans le secteur culturel, il est donc important d'analyser différemment les institutions principalement « culturelles », souvent subventionnées, des entreprises à dominante « commerciale », qui opèrent dans le secteur marchand, avec de nombreux cas intermédiaires plus hybrides. A cela s'ajoute une deuxième dimension en fonction de la

taille de l'organisation (small, medium ou large) et surtout du contact, ou non, avec un public « live ». Enfin, l'appartenance à tel ou tel sous-secteur culturel et créatif semble avoir d'importantes conséquences.



Crédits: Evgen Rom

Il faut donc tenter d'analyser ce qui se passe en fonction de ces sous-secteurs car la « distanciation sociale » et la fermeture de l'ensemble des lieux accueillant du public n'affectent pas de la même manière le « live », le cinéma ou le streaming. Sur scène, les artistes se touchent, les danseurs s'enlacent, les comédiens parlent fort – en postillonnant – et le public fraternise en rangs serrés dans des lieux clos ! « On représente tout ce qu'il ne faut pas faire », dit, cité par *Le Monde*, Stéphane Lissner, le directeur de l'Opéra de Paris qui ne sait pas s'il va pouvoir maintenir cet automne la très attendue *Walkyrie* de Wagner, dans une mise en scène de l'artiste espagnol Calixto Bieito. « La distanciation sociale est par nature impossible dans un lieu de concert fermé : les concerts sont justement là pour rapprocher les gens et éviter toute distanciation ! » confirme le musicien Brett Gleason.

Christiane Bourbonnaud, du festival d'Avignon, confirme : « La nature même du spectacle vivant est tout entière dans le mot

⁶ - Voir notamment Roman Page, Christophe Weckerle, « Creative Industries Switzerland », in Entrepreneurial

Strategies for a « Positive Economy », 3rd Creative Economies Report, Switzerland, ZHdK/ZCCE, 2018.

“vivant” : la magie du théâtre est dans la “présence” et le contact entre le comédien et le spectateur. Donc la question est : comment organiser cette présence physique dans les contraintes de distanciation ? Dans l’immédiat, c’est impossible. Les directeurs de festivals se sont rendus à cette évidence et ont tout annulé. Mais si la situation dure – et c’est malheureusement probable –, il faudra imaginer des solutions : un fauteuil occupé sur deux ? Des masques pour tout le monde ? Est-ce que le public viendra assister à un spectacle dans ces conditions ? ».

En France, par exemple, les 2.000 cinémas, 2.500 salles de musique, 3.000 librairies, 1.200 musées, 16.000 bibliothèques et les 1.000 théâtres sont tous à l’arrêt depuis le 17 mars⁷. Et si la réouverture des librairies et des bibliothèques est en cours, aucune date n’est annoncée pour les autres lieux culturels. Du coup, les pertes annoncées par les organismes professionnels sont considérables : 300 millions d’Euros pour les cinémas français après deux mois de confinement ; 590 millions d’Euros pour les salles de musiques populaires. Si des formes de confinement devaient durer jusqu’à l’automne ou à l’hiver, voire durant l’année 2021, la facture sera beaucoup plus considérable. « Pour beaucoup d’institutions culturelles, on peut parler d’un pronostic vital engagé », pense Laurence Engel, présidente de la Bibliothèque nationale de France.

Pire que la situation des deux derniers mois, tous les professionnels de la culture pensent avec inquiétude au futur. Surtout que certains spécialistes de santé publique laissent entendre que les concerts, les festivals et les événements sportifs « pourraient

ne pas être possibles avant l’automne 2021 au plus tôt »⁸. Mais personne n’ose imaginer un tel scénario...

Autre problème, celui des seniors. Ils constituent par exemple le cœur du public de l’opéra et de la musique classique aux États-Unis, selon les études du National Endowment for the Arts : seront-ils prêts à prendre des risques en s’agglutinant dans des orchestres ou des balcons en rangées serrées, et difficiles à protéger, avant de longs mois ?

Autre inquiétude : celle du retour des touristes qui constituent l’essentiel du public des grands musées comme au MOMA de New York, au Louvre à Paris, au musée du Prado à Madrid ou aux musées du Vatican à Rome. On estime par exemple à 80 % le public étranger au Château de Versailles : dans une large mesure, ce public devrait disparaître cet été et peut-être cet automne. Comment compenser un tel déficit financier aussi colossal de billetterie ? La crise sanitaire affectera donc le monde de la culture bien au-delà des périodes de confinement les plus strictes.

Dans ce tableau noir, quelques notes plus optimistes peuvent toutefois être avancées. Certains artistes et écrivains interrogés reconnaissent que, lorsqu’ils ont assez de ressources pour manger et payer leur loyer, cette période de confinement peut se révéler positive. Le musicien Brett Gleason témoigne : « C’est généralement assez difficile, émotionnellement, d’être créatif. De ce point de vue, le confinement est une opportunité car il permet de sortir de sa routine, de remettre à plat ses projets, de repenser ses priorités et de créer. Pour moi, cela me permet d’écrire mon nouvel album. Mais, bien

⁷ - Michel Guerrin et Brigitte Salino, « Baillon de culture », *Le Monde*, 22 avril 2020.

⁸ - Caleb Triscari, « Coronavirus: Healthcare expert predicts concerts and festivals will not return until autumn 2021 », *New Musical Express*, 13 avril 2020.

Note II

La grande dépression
culturelleII.1 – L'économie créa-
tive, une économie
comme une autre.II.2 – L'économie créa-
tive, une économie qui
n'est pas comme les
autres.**II.3 – Les sous-
secteurs de l'écono-
mie créative.**

Conclusion

sûr, cela n'est possible que si l'on n'est pas malade et que l'on peut survivre économiquement. »

II.3 – Les sous-secteurs de l'économie créative.

Au-delà de la situation générale du monde de la culture, il faut donc regarder secteur par secteur. D'innombrables cas particuliers existent, en fonction des disciplines artistiques, mais aussi en fonction des zones géographiques, des jauges ou des modèles économiques.

Live events & Festivals

S'il y a un secteur particulièrement affecté par la crise sanitaire engendrée par le coronavirus, c'est d'abord celui des festivals, des concerts et des spectacles « live ». Les annulations en cascade sont inédites ; et quand on pense au travail de préparation, aux investissements, aux avances de cachets, et au nombre de professionnels qui auraient dû travailler dans ces festivals, les annulations sont un véritable crève-cœur.



Crédits: Pexels

Voici une brève liste des festivals annulés, sans exhaustivité, afin de donner une idée de ce dont on parle : en Suisse

(Montreux Jazz Festival, Paléo Festival etc.), en Allemagne (Rock am Ring & Rock im Park, Lollapalooza festival, Superbloom festival etc.), en France (festival de Cannes, festival d'Avignon, Chorégies d'Orange, Festival Radio France à Montpellier, Festival de musique lyrique d'Aix, Solidays, les Vieilles Charrues, les Eurockéennes de Belfort, les Francfolies de la Rochelle, le Main Square etc.), au Royaume Uni (Wide Awake, BST Hyde Park, Festival Glastonbury Download Festival, Isle of Wight Festival etc.), aux Pays-Bas (Best Kept Secret, Pinkpop, Awakenings Festival, Down the Rabbit Hole, NN North Sea Jazz Festival, Zwarte Cross, Milkshake Festival, Dekmantel Festival, Psy-Fi Festival, Lowlands, Mysteryland Festival etc.), en Espagne (San Fermin festival de Pampelune), aux États-Unis (SXSW, Burning Man 2020 etc.), au Danemark (Roskilde), en Suède (Sweden Rock), au Danemark (NorthSide), en Pologne (Orange Warsaw Festival), en Belgique (Graspop ; Pukkelpop), au Portugal (Rock in Rio Lisbon) etc. et des centaines d'autres manifestations partout dans le monde. « C'est simple : au Japon, depuis mars, tous les événements sont annulés, tous les festivals de l'été sont annulés », résume Jonas Pulver, conseiller culturel de l'Ambassade de Suisse à Tokyo.

Pulver sait de quoi il parle. Il préparait depuis longtemps les « side-events » culturels aux Jeux Olympiques de Tokyo pour cet été... et tout a été annulé. « Les Olympiades culturelles, qui rassemblent Tokyo-Tokyo et le Nippon festival, sont également annulées », ajoute Pulver. Tout est reporté d'une année. Quant à l'Expo Dubaï 2020, l'exposition universelle, elle aura finalement lieu entre septembre 2021 et mars 2022 sous un nouveau nom : Dubaï 2021 ! Pour toutes les diplomaties culturelles, qui dépendent pour leur programmation des

transports aériens et de la disponibilité des artistes, l'automne et l'hiver 2020 s'annoncent périlleux.

Ces annulations de festivals, mais aussi de tournées, de concerts et de la plupart des événements « live », risquent de mettre en péril toute une filière composée d'entreprises fragiles et souvent indépendantes. Car ce qui est extraordinaire avec cette crise soudaine, c'est que tous les différents maillons de la chaîne de valeurs de la musique sont touchés dans tous les pays du monde à la fois (salles, clubs, producteurs, tourneurs, prestataires techniques, artistes, équipe de management...). « Pour le "live" c'est vraiment une tragédie car les concerts reposent sur des modèles économiques à courts termes. Beaucoup de petites salles de concerts vont fermer », pense Matthieu Dartiguenave, qui dirige le Bureau Export de la musique à Singapour, où il est confiné. Il ajoute : « En Asie, toutes les tournées régionales de musique sont tombées dès février car elles passaient généralement par la Chine et la précocité de l'épidémie là-bas a précipité les annulations en chaînes. Le problème, c'est qu'il y a peu de soutiens des pouvoirs publics en Asie, sauf en Corée du Sud, au Japon, à Taïwan, en Australie et à Singapour. Ailleurs, comme en Thaïlande, au Vietnam, en Indonésie, aux Philippines, en Malaisie ou au Cambodge, il n'y a aucun fond de soutien. Chacun est livré à lui-même ! ».

L'importante tournée du musicien « latino » Manu Chao en Asie, par exemple, a pu commencer en Inde puis s'est arrêtée net : un pays seulement sur les six initialement

prévus. « Ici, en Asie, ajoute Dartiguenave, on pense que les choses iront mieux à l'automne où c'est traditionnellement la saison des festivals. A ce stade, les professionnels sont assez optimistes et pensent que ça va aller. Mais globalement, tout le monde table sur une année 2020 blanche ».

En Allemagne, par exemple, les principales organisations professionnelles de la musique viennent de publier une évaluation des pertes pour la filière : 5,4 milliards d'euros pour les six prochains mois...⁹. Mais ces chiffres globaux ne reflètent qu'imparfaitement une réalité difficile à traduire. Les situations individuelles sont plus « parlantes ». Ainsi de celle du musicien belge Éric Legnini, pianiste de jazz de réputation internationale : « Il est assez facile de faire les calculs. Sur la période qui allait de fin juin à fin août 2020, j'avais 26 concerts prévus, que ce soit à Jazz à Vienne, au Montreux Jazz Festival, à Juan les Pins etc. Sur ces 26 concerts : 26 ont été annulés ! Cela représente pour ces deux mois d'été un manque à gagner d'environ 15 % de mes revenus de l'année. » Faute de concerts, Legnini se concentre sur sa musique et sur son activité d'enseignants : « J'ai mon propre studio ; ce qui me rend plus libre. Et comme j'enseigne au Conservatoire royal de Bruxelles, je peux continuer à donner des cours en ligne. Sur mes douze élèves, onze s'en sortent bien en ligne ; un seul a pris du retard. ». Et Éric Legnini ajoute : « Les musiciens les plus établis, comme moi, vont s'en sortir. Ça nous permet même de sortir de notre routine, du flux d'activités incessantes. On peut se ressourcer, réfléchir

⁹ - Document publié par les associations de l'industrie musicale en Allemagne : le « live » (BDKV, LiveMuzik-Kommission, BVPop), les labels de musique (BVMI, VUT), les éditeurs de musique (DMV), les organisations artistiques de droits (GEMA and VPL). La perte

de revenus de €5.4 milliards inclus l'ensemble des artistes, promoteurs de concerts, organisateurs de festivals, labels, éditeurs de musique et lieux (source : MusikWoche).

sur sa musique, travailler. Je peux faire du piano. Mais les autres ? »

Dans la musique classique, la situation semble encore plus difficile car les artistes sont « bookés » plusieurs années à l'avance et les répétitions, elles-mêmes, sont devenues impossibles pour les orchestres.

a fondé la maison de disque Abeille Musique et la plateforme de musique classique Qobuz.

Il faut aussi penser au moyen terme, même après le confinement. Le public devra-t-il porter un masque ? Et les musiciens ? Si les violonistes, les con-



Crédits: Manuel Nägeli

Les festivals internationaux ont tous été annulés et les grandes institutions, comme les opéras nationaux ou régionaux, n'ont plus aucune visibilité pour la saison 2020-2021. Les déficits sont déjà considérables et nul ne sait s'ils vont pouvoir être comblés par les philanthropes (aux États-Unis) ou par les pouvoirs publics (en Europe). « Si l'État intervient pour aider les grosses structures, ce qui est déjà compliqué, ce financement se fera inévitablement aux dépens des budgets alloués aux écoles de musique ou aux artistes innovants », s'inquiète Yves Riesel, qui

trebassistes, les violoncellistes ou certains percussionnistes pourront éventuellement en porter ; ce sera impossible pour les solistes, les hautboïstes, les flutistes, les trompettistes, et, en général, pour les cuivres. La musique classique va-t-elle devoir se limiter pour de longs mois aux orchestres de musique de chambre avec des instruments à cordes ?

Dans cette économie du « live » en trouble, il faut cependant noter la multiplication des initiatives online. Grâce à des progrès importants de la synchronisation et de la

régulation des débits internet, des concerts commencent à pouvoir de tenir en ligne avec des musiciens et chanteurs présents dans différents endroits. Mais le modèle économique n'existant quasiment pas sur internet, il s'agit principalement d'opérations de communication, de soutien aux personnels de santé, ou de répétitions...

Dans les musiques actuelles, la multiplication des concerts sur des plateformes comme Twitch, YouTube ou même Zoom peut s'accompagner en revanche de certaines formes de monétisation. En tout cas, ce mouvement montre que « le secteur de la musique "live" est à la fois l'un des secteurs les plus atteints par la crise, mais aussi l'un des secteurs actuellement les plus agiles et les plus innovants », constate Matthieu Dartiguenave à Singapour.

Le MIDEM, par exemple, principal marché de la musique, a annulé sa manifestation « physique » qui devait se tenir à Cannes en juin ; il aura cependant lieu sous une forme digitale complètement recréée et baptisée « Midem Digital Edition ». Ce service sera disponible pour tous les professionnels de la musique à travers des « live-streamed keynote sessions », des talks et des présentations, sans oublier des « online conversations » et des « speed meetings » comme dans ses éditions physiques. Dans le même esprit, l'important salon de l'industrie de la musique asiatique, qui doit avoir lieu en septembre à Singapour, Music Matters, sera très largement online pour les participants étrangers.

On observe donc un intéressant nouveau modèle qui n'est pas le « glocal », comme on le disait à l'époque – un mélange du global et du local – mais ce que j'appellerais désormais le mode en « LOGO » : le « Local Outside, Global Online », une manifestation qui a lieu physiquement sur place pour

les « locaux » (« out » ou « outdoors ») mais seulement « online » pour les « globaux ».

Avec de tels modèles mixtes en « LOGO », on peut voir une petite lueur d'espoir et découvrant que la filière a très vite réagi en se tournant vers le livestream tout en expérimentant de nouveaux modèles de monétisation de contenus en ligne (dons, souscriptions, abonnements etc.).

Musique (ventes de CDs et de vinyls)

Alors que la scène et le « live » sont entièrement à l'arrêt, l'industrie du disque « physique » décline également. Car si les concerts sont désormais interdits, les magasins sont fermés ! Les rares données disponibles en ce qui concerne la musique enregistrée confirment une baisse spectaculaire des ventes de CD's et de vinyls pendant le confinement. La perturbation de la distribution physique n'explique pas tout.



Le coronavirus accélère la digitalisation de la culture : on passe des « produits » culturels aux « services » culturels; la dématérialisation se confirme. Pour autant, les ventes de musique en ligne diminuent également. A moyen terme, iTunes en tant que magasin de vente de titres MP3 semble condamné. C'est donc toute la chaîne musicale qui est déstabilisée.

Yves Riesel, qui a fondé la maison de disque Abeille Musique et la plateforme de musique classique Qobuz, pense que cette

crise va « précipiter la mort du CD comme produit ». Pour lui, « les majors et de la musique et les indépendants auraient dû être plus radicaux alors que les prix des CD's ne cessaient de diminuer et les coûts de production et de logistique d'augmenter. La distribution physique est devenue limitée à des chaînes aux choix réduits ou à Amazon. Plus personne, même dans les marchés de niche, n'est intéressé d'acheter un CD dans un supermarché ! Les labels de musique classique sont paupérisés. Et personne ne se pose la question de savoir pourquoi on produit des artistes de seconde ou de troisième catégorie quand les meilleurs enregistrements sont disponibles pour presque rien en streaming ? Pour dire la vérité, je pense que la disparition des ventes de CDs va créer des problèmes pour les derniers labels de musique classique et c'est tant mieux ! On va le voir tout de suite quand les magasins rouvriront.»

Cinéma et audiovisuel

Plus qu'aucun autre secteur, l'audiovisuel – ce qui inclut à la fois le cinéma, la télévision et les contenus audiovisuels en streaming – est à la fois l'un des grands gagnants et l'un des grands perdants de la crise sanitaire consécutive au coronavirus.

D'un côté, la demande pour des films et des séries télévisées a rarement été aussi forte, du fait du confinement ; d'un autre côté, la production est ralentie (télévision), et parfois entièrement à l'arrêt (cinéma, séries), du fait des risques sanitaires sur les tournages¹⁰. Cette grande dichotomie

d'un secteur en forte évolution, à la fois inédite et massive, pourrait être un tournant dans l'histoire des industries culturelles et provoquer une accélération de la consommation de films, de séries et d'émissions en streaming¹¹.

Entrons ici dans les détails. Un mot d'abord sur les salles de cinéma qui sont presque partout fermées et pour une durée indéterminée. Même s'ils ne sont pas à proprement parler un secteur « live », les cinémas accueillent du public : c'est leur magie ; et aujourd'hui leur tragédie. Pourront-ils rouvrir cet été dans certains pays ? Dans les circonstances actuelles, on en doute. Les cinémas peuvent, pour une part, réduire leur jauge de 50 % et espacer les spectateurs : le principe en a été acté par plusieurs fédérations de salles de cinéma. Mais il sera difficile d'aller au-delà ; et pour un petit cinéma de moins de 50 places, une jauge réduite ne permet plus d'être à l'équilibre financier.

Du coup, les professionnels du secteur tirent la sonnette d'alarme. Au niveau européen, la plupart des producteurs et acteurs de la filière cinéma ont réclamé dans un communiqué commun des mesures publiques radicales¹².

Dans le secteur du cinéma, il y a pourtant plus inquiétant que les salles : les contenus eux-mêmes pourraient manquer. Le cinéma continue à attirer du public parce qu'il offre des films en exclusivité ; le catalogue de films anciens ou de patrimoine a définitivement basculé sur Internet. Or la plupart des sorties internationales ont été repoussées à l'automne et souvent, pour les

¹⁰ - Voir : Joe Flint, Benjamin Mullin, Lillian Rizzo, « With America at Home, the Streaming War Is Hollywood's Ultimate Test », *The Wall Street Journal*, 11 avril 2020.

¹¹ - Voir : Erich Schwartzel, R.T. Watson, « The Hollywood Premiere Is Moving to Your Living Room », *The Wall Street Journal*, 11 avril 2020

¹² - Signataires du communiqué commun : Animation in Europe, CEPI, EUROKINEMA, FIA, FIAPF, FERA, FSE, UNI MEI.

grands blockbusters, à l'année 2021. Même si certains cinémas peuvent rouvrir dans certains pays, ils n'auront guère de films capables d'attirer un public important. Leurs frais augmenteront ; pas leurs recettes.

La situation est évidemment très différente pour les contenus vidéo en ligne. Le streaming connaît, lui, une progression fulgurante, même si des difficultés s'annoncent. Selon les données disponibles pour le premier semestre 2020, on estime que 16 millions de nouveaux abonnés payants ont rejoints Netflix dans le monde – un record. L'action de Netflix a bondi de 11 % à Wall Street. Les mesures de confinement ont poussé les spectateurs vers la vidéo en streaming et Amazon Prime Video, Apple TV+ et Disney+ en profitent également.

Pourtant, si des formes de confinement demeurent, les contenus audiovisuels pourraient commencer à manquer. L'interruption de tous les tournages du fait des mesures de confinement, ou de protection, handicape lourdement toute la chaîne de production audiovisuelle. Si certaines activités de post-tournage (effets spéciaux...) et de post-production ont pu se poursuivre en télétravail pour les films suffisamment avancés, la filière sera très désorganisée pour de longs mois. Les séries télévisées, qui nécessitent des tournages sur la durée, parfois dans plusieurs pays, seront également à l'arrêt pour longtemps. La chaîne de production est fortement déstabilisée au moins jusqu'au début 2021.

Le libanais Mazen Hayek est le porte-parole officiel du groupe médias MBC, dont le siège social est basé à Dubaï. Leader de la télévision gratuite dans le monde arabe, ce network domine le marché au Moyen Orient, dans le Golfe et au Maghreb, grâce à ses dix-huit chaînes, dont : MBC 1, MBC 2, MBC 4, MBC Drama, MBC Bollywood, MBC Max,

MBC Masr (en Égypte), MBC Irak, MBC Persia (en Iran), ou la chaîne d'information en continu Al Arabiya. « Le pic du marché télévisé arabe atteint son apogée durant le Ramadan, c'est-à-dire maintenant, du 24 avril au 24 mai. On était heureusement prêts dès le mois de mars : on avait presque fini la plupart des tournages et la production des plus grands titres, juste avant le confinement. Donc, nous avons tous les programmes adéquats pour le mois de Ramadan qui va faire suite... aux mois de confinement », explique Mazen Hayek, via Zoom, depuis sa résidence où il est confiné à Dubaï. Les sites en streaming du groupe MBC connaissent également des résultats spectaculaires depuis mars : Shahid, la VOD gratuite, et surtout Shahid VIP, payant, une sorte de Netflix arabe, sont en forte progression. « L'audience de nos chaînes et de nos plateformes numériques n'a jamais été aussi grande », conclut Hayek.

Chez ceux qui produisent des contenus plus artistiques ou plus indépendants, l'optimiste n'est pas aussi ferme. Pour les plus petits producteurs ou réalisateurs de cinéma d'art, la situation semble même désespérée. L'espagnol Miguel Rojas Palencia, un réalisateur de films indépendants, confirme depuis Barcelone : « dans mon secteur spécifique, celui des films, il y a des différences par rapport au reste de la culture. Non seulement, on ne peut plus lancer les films avec une première dans un festival ou un cinéma, non seulement on ne peut plus être rémunéré, mais surtout nos productions ne peuvent plus être présentées que sur Internet ou il n'y a presque pas de modèle économique pour nous. Enfin, si certains artistes comme les musiciens, les écrivains ou les peintres peuvent travailler à domicile, nos productions, nos clips vidéo et même la publicité nécessite des tournages, des castings

qui ne peuvent tout simplement plus se faire ».

Numérique

Que ce soit en streaming, ou avec des modèles mixtes de type LOGO (« Local Outside, Global Online »), la culture cherche à se réinventer de manière accélérée. Toutes les personnes interrogées, on l'a vu, partagent le même point de vue : la crise du covid-19 va accélérer la digitalisation de la culture. De nouvelles habitudes de consommation s'installent, qui resteront, pour une part, après la crise. Les chiffres, d'ailleurs, montrent le succès insolent des plateformes digitales qui font figure d'exception dans la crise sanitaire et culturelle du moment. Et quelle exception ! Le chiffre d'affaires des leaders du secteur (Amazon, Netflix, Spotify, Deezer) sont tous en forte progression. Plus remarquables encore sont les résultats des sites de commerce en ligne ou de « food delivering », « online healthcare », education ou encore les applications de video conferencing (Zoom est passé de 10 millions d'utilisateurs fin 2019... à 200 millions aujourd'hui !). Les ventes de livres physiques online ont également explosées, par exemple pour le leader de la vente de livres au Royaume Uni, Waterstones, qui connaît actuellement une progression de l'ordre de 400 %¹³.

Parmi les GAFA, à noter toutefois les difficultés relatives d'Apple qui a accusé le coup en mars : ses actions ont dévissé, son futur iPhone a été repoussé et ses chaînes d'assemblage en Chine ont été paralysées. Depuis la mi-mars, Alphabet (Google)

connaît également des difficultés, tout comme Facebook, à cause de la baisse significative du marché publicitaire.

Car la récession économique s'est immédiatement traduite par une contraction impressionnante de ce marché publicitaire : même les revenus de YouTube sont en forte dépréciation (alors que l'audience augmente). Pour d'innombrables artistes et Youtubers, ce « side-effect » inattendu se traduit par d'importantes pertes financières.

Tout aussi décevant est le fait que les services d'abonnement de musique en streaming comme Spotify, Apple Music ou Deezer n'ont pas rencontré de progression significative de leur audience. Ils plafonnent. Contre toute attente, et sans que cela soit, à ce stade, dramatique, il semblerait que la durée d'écoute de ces plateformes ait même diminué d'environ 5 à 10 %. Selon les analystes, ces résultats décevants s'expliqueraient par une brutale diminution des heures de transport collectif ou en voiture (« drive time ») et, à domicile, par le fait que les consommateurs privilégieraient pour leur « entertainment » les sites de streaming en vidéo¹⁴. D'ailleurs, Deezer a observé un changement de son « rush hour time », auparavant vers 7 heures du matin, retardé désormais vers 9h-10h du matin. Ses abonnés se réveilleraient-ils plus tard ?

Si le secteur de la « tech » connaît globalement un fort développement économique actuellement, il y a tout de même des exceptions. Les startups liées aux déplacements, aux transports, au tourisme ou aux voyages, ainsi que les sites d'e-bikes, e-scooters etc. sont toutes en difficultés (Expedia, Trip Advisor, Kayak etc.). Uber connaît une période

¹³ - Voir : <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-52048582>

¹⁴ - Voir les données compilées et analysées par Music Business Worldwide, basées sur les informations de SpotifyCharts.com.

noire également, même si Uber-Eats compense une petite partie de ces pertes. Airbnb voit son modèle brutalement remis en cause. Enfin, et plus globalement, certains analystes sont inquiets par la prudence actuelle des fonds de « venture capital investment », ce qui pourrait poser des problèmes de financement du secteur numérique à moyen terme. Mais le numérique ne semble pas avoir beaucoup de soucis à ce faire : l'Union européenne vient d'établir une liste d'une centaine d'entreprises qui seraient déjà évaluées à plus d'un milliard de dollars en Europe (les fameuses « licornes ») ce qui confirme la bonne santé du secteur du numérique européen et ses ambitions globales¹⁵.

Hernan Botbol, qui a fondé une importante plateforme de streaming Taringa! en Argentine, et anime désormais un site comparatif de prix à Austin, Texas, commente : « Nous observons en temps réel l'évolution du marché et des prix sur Amazon et depuis le confinement on a eu une augmentation significative des achats aux États-Unis pour les produits de beauté (+ 60 %), les appareils liés au sport ou au fitness (+ 100 %), ainsi que sur les produits liés aux bébés (+ 600%). A l'exception notable des bijoux et produits de luxe, qui ont connu une baisse (- 40 %), l'e-commerce croit de manière très significative. L'électronique se vend mieux, l'informatique aussi, et on a observé également une augmentation de ventes de livres depuis le début du confinement (+ 15 %). Tous les secteurs de l'entertainment, du streaming et des réseaux sociaux sont en très forte progression. Tous les domaines technologiques explosent, à de rares exceptions près ». Botbol anticipe

également une évolution des pratiques professionnelles du secteur de la tech : « Nous nous sommes installés ici à Austin, Texas, car c'est désormais la seconde capitale des États-Unis pour les start-ups et la technologie après la Silicon Valley. Apple et Google ouvrent à Austin leurs seconds campus et la ville est l'une des "fastest city" d'Amérique. Je pense que la crise du coronavirus va accentuer des tendances qui étaient déjà très présentes : de plus en plus de personnes travailleront à domicile en mode "remote". Chez nous, c'était déjà notre façon de faire, avant même le coronavirus, tout le monde étant online avec seulement un "daily checking" et un "weekly meeting", eux-mêmes online, et cela va se généraliser après la crise. Travailler à la maison permet de gagner un temps précieux sur les transports – parfois deux heures par jour ici à Austin –, de mieux manger et de mieux s'occuper de ses enfants. Les développeurs aiment cette liberté et ils apprécient de pouvoir choisir leurs horaires. Et pour notre start-up, c'est beaucoup moins cher : nos sept employés travaillent tous désormais en mode "remote" et nous n'avons plus de bureaux à payer ! ».

Ces tendances numériques qui s'accélérent par temps de confinement peuvent devenir durables, ce qui inquiète les acteurs plus traditionnels de la culture qui sont en train de faire l'expérience d'un monde artistique presque entièrement virtuel. Laurence Engel, présidente de la Bibliothèque nationale de France, commente : « Pour la suite, il va falloir raisonner en termes économiques et s'interroger sur nos modèles pour identifier le meilleur moyen de préserver la capacité de production et plus encore la capacité

¹⁵ - Selon les données communiquées par Pēteris Zilgalvis qui dirige la Unit for Digital Innovation de la Commission européenne.

de diffusion de nos créations. Pas seulement pour passer l'épreuve dans une logique de réparation ponctuelle. Mais aussi pour préserver durablement ce que l'on appelle la diversité de la création, si l'on veut éviter que la tendance à la concentration et au mainstream ne vienne tout submerger. Le risque est d'autant plus fort que la diffusion numérique aura occupé tout l'espace de diffusion pendant la crise. Pour moi, c'est là l'objectif fondamental. Une piste qui me paraît prometteuse : on pourrait d'abord, dans le monde physique, développer des formes de diffusion nouvelles. Ne pas renoncer au spectacle et à la salle, pas non plus aux expositions, bien sûr, mais, par exemple, donner une place plus grande à des formes plus intimes. L'équivalent, pour la culture, de tout ce qui touche à l'idée de ralentissement, dans une logique de développement durable. On peut décliner le principe dans tous les secteurs. »

Est-on en train d'évoluer vers une « slow culture », comme il y a une « slow food » ?

Réseaux sociaux et jeux vidéo

Les réseaux sociaux et les jeux vidéo se portent bien. Ils ont les avantages du numérique et presque aucune des difficultés de tournage du cinéma. Spécialiste de la communication sur Instagram, le community manager égyptien, Hady el Hady, confiné actuellement à Berlin, observe les mutations de la culture et du jeu vidéo sur les réseaux sociaux : « Ce qui se passe est assez spectaculaire. Les artistes utilisent les réseaux sociaux comme débouché pour leur art et les gens s'intéressent à eux online. Les deux

réseaux les plus utilisés en ce moment me semblent être Instagram Live Feature (qui appartient à Facebook) et Twitch (qui appartient à Amazon). Ce qui est intéressant ici c'est que Twitch a été conçu, à l'origine, pour les jeux vidéo et les gamers, mais avec le coronavirus il est utilisé pour toutes sortes de contenus. »

Twitch a connu en effet ces dernières semaines une progression spectaculaire de son audience : + 31 %. On peut noter également que Twitch est actuellement utilisé par des musiciens pour proposer des concerts (lesquels tentent alors de monétiser leurs prestations) et par des enseignants qui y font des cours – ce qui peut également expliquer une telle progression d'audience¹⁶.



Credits: Florian Olivio

Plus révélateur encore : les « concerts in-game ». Le phénomène n'est pas nouveau (le DJ Marshmello l'avait fait avec succès l'an dernier), mais il connaît de nouveaux records: le rappeur américain Travis Scott vient en effet de faire un concert sur la plateforme du jeu-vidéo Fortnite, à l'occasion du lancement de son nouveau single The Scotts (feat. Kid Cudi). Ce concert a réuni 12 millions de spectateurs en ligne en avril. Et si le format ne valait pas, évidemment, un

¹⁶ - On observe les mêmes progressions d'audience sur Huya, une sorte de Twitch chinois spécialisé dans le video game live streaming, et qui, outre les jeux-

vidéos, est également leader dans les compétitions sportives, la cuisine et l'éducation.

concert live, il était malgré tout assez réussi visuellement. Quatre autres dates du concert étaient prévues. On peut penser que, en attendant le retour des concerts live, ce type de « concerts in-game » peut être une alternative intéressante. Va-t-elle s'inscrire dans la durée ?

L'égyptien Hady el Hady ajoute : « J'observe aussi le développement de TikTok qui s'est parfaitement adapté au confinement, comme un article de *The Guardian* l'a analysé récemment¹⁷. Tout cela est en train de produire un changement significatif dans les usages des réseaux sociaux, par exemple avec des contenus qui étaient produits pour Instagram et qui basculent sur TikTok pour toucher des audiences plus larges. Ces plateformes offrent aux artistes de nouveaux espaces pour montrer leur travail et même pour les rémunérer (Twitch a un service de "tips" qui permet de récompenser un artiste). Cependant, je note également des règles un peu absurdes des plateformes, en termes de ce qu'on peut dire, partager, ou même de la façon de s'habiller. Par exemple, de nombreux "drag performers" ont été bannis de Twitch parce que considérés comme trop provocateurs par leur apparence ».

Il semble que le secteur du jeu-vidéo, contrairement à d'autres domaines, puisse continuer à se développer par temps de coronavirus et que sa production n'ait pas été aussi impactée que le cinéma. Mario von Rickenbach, un designer de jeux vidéo, basé à Zurich, explique : « Je ne vois pas trop de

changements dans ma pratique actuellement. Rien n'a changé dans ma façon de produire des jeux vidéo. J'ai mon propre studio et je travaille avec des gens qui sont souvent à l'étranger. Mes sources de revenus, directes comme indirectes, les ventes d'application et les aides publiques, tout cela n'a pas beaucoup changé, ou même pas du tout. Je dirais même que c'est "business as usual". Des gens disent qu'il y a une plus grande demande pour des jeux-vidéos, mais je ne l'ai pas constaté non plus pour l'instant. Je me demande si les gens ont plus de temps pour eux finalement, même s'ils restent à la maison ».

Médias et publicité

Initialement, la crise sanitaire et économique liée au coronavirus était censée avoir un impact essentiellement sur les secteurs « live » de la culture. Or, plusieurs études récentes montrent que le sous-secteur des médias, de la radio-télévision, et de la presse est également affecté à cause du resserrement brutal du marché de la publicité. Et ce en dépit d'une forte hausse des audiences et de la durée d'écoute individuelle¹⁸. Henry Finder, le directeur éditorial du *New Yorker* tente d'analyser la situation aux États-Unis : « Désormais, nous avons une vue d'ensemble assez claire de la situation des médias d'information : le trafic sur le site web est en hausse ; les abonnements sont en hausse ; la publicité est en baisse.

¹⁷ - Coco Khan, « TikTok is the social media sensation of lockdown. Could it become its new star? », *The Guardian*, 14 avril 2020.

¹⁸ - Tous les programmes sont concernés, notamment les journaux d'information, la fiction, le divertissement et les programmes jeunesse (sauf le sport). Les chaînes d'information en continu ont également fortement progressé, tout comme les sites des médias qui connaissent une fréquentation exceptionnelle. En

revanche, la baisse des « investissements publicitaires » est également inédite, et atteint entre - 50 % et - 63 % pour les médias traditionnels au mois de mars et avril 2020. Données Kantar division médias et Médiamétrie. Voir : « L'évolution des audiences de la télévision », Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, baromètre bi-mensuel, avril 2020.

On annonce que *The Guardian* prévoit une baisse de vingt millions de livres de chiffre d'affaire publicitaire cette année, par exemple. Les kiosques à journaux sont en difficulté ; et des secteurs publicitaires comme celui des voyages ou de l'hôtellerie se sont effondrés. Le *Tampa Bay Times*, un quotidien qui existe depuis 1912, a récemment annoncé qu'il ne publierait désormais plus que deux numéros par semaine. Des magazines locaux ont fermé ou suspendu leur publication, y compris certaines éditions locales du groupe Time Out. Pour des "pure players" en ligne comme Vox ou BuzzFeed, des licenciements et des mises en congés ont été annoncés (ce qui a d'ailleurs suscité d'intéressants débats pour connaître la différence en droit du travail entre un licenciement et des congés imposés !). Pour les magazines qui ont un important et fidèle lectorat payant, la crise ne manquera pas d'accélérer des tendances déjà existantes : dépendance accrue aux revenus des lecteurs ; basculement numérique ; baisse du soutien des annonceurs. »

Partout, la baisse du marché publicitaire inquiète donc, malgré des situations locales contrastées. A Dubai, Mazen Hayek s'inquiète lui aussi des recettes publicitaires en baisse malgré une bonne tenue du marché de la télévision arabe pour la période cruciale du ramadan : « La publicité pour ce qu'on appelle dans le jargon les "FMCG", les Fast-Moving Consumer Goods – ou produits de grande consommation – c'est à dire les achats de première nécessité, la nourriture, les boissons gazeuses, achetés essentiellement en supermarchés, va bien. On a des inquiétudes sur la publicité pour les compagnies aériennes, les voitures, les articles ménagers, les produits de luxe ou la beauté, qui sont en baisse, mais le marché publicitaire 2020 peut toujours être sauvé, si les

recettes du Ramadan sont bonnes. A priori, nos campagnes de publicité durant le Ramadan seront correctes. On a limité la casse ».

Arts Visuels

Les musées et les galeries sont, en revanche, fortement impactés par la crise. Pour eux, c'est même la quadrature du cercle : les coûts de fonctionnement demeurent élevés même sans public ; les coûts de personnels sont maintenus sauf dans le cas de mise en chômage partiel ; la billetterie est devenue nulle ; la philanthropie se tarit. « L'équilibre budgétaire pour les musées ne sera pas possible pour 2020 », résume l'ancienne ministre de la Culture française, Aurélie Filippetti.

Aux États-Unis de nombreux musées ont dû mettre leurs salariés au chômage ou les licencier. Pourront-ils rouvrir prochainement, ou cet été, ce qui limiterait les dégâts ? Si les fermetures devaient continuer jusqu'à l'automne, la situation risque d'être plus sévère encore. Les spécialistes pronostiquent qu'un certain nombre de petits musées ou de musées de taille moyenne, risquent de ne pas pouvoir survivre.

Faut-il aider le secteur des arts visuels ? Et privilégier pour cela les institutions ou bien les artistes individuels ? Sean Buffington, vice-président de la Henry Luce Foundation, qui est confiné à New York, explique : « La fondation Henry Luce soutient principalement les musées, non pas les artistes individuels. Dès qu'on a vu la nature de la crise sanitaire qui venait, il était clair que les musées seraient profondément affectés. La plupart des musées américains se financent par une combinaison de tickets d'entrées, de dons, de subventions et des intérêts de leurs "endowments". Avec leur fermeture, les

revenus de la billetterie disparaissent entièrement. Les expositions prévues sont annulées et elles ne peuvent pas voyager non plus – ce qui limite toute possibilité de remboursements. A cela s'ajoute, la baisse de la bourse, qui diminue la valeur de leurs endowments, et l'annulation des fundraising, qui les empêche de collecter de l'argent. »

Au-delà des institutions, petites ou grandes, le sort des artistes individuels ne semble pas beaucoup plus heureux. « La situation des artistes, ajoute Sean Buffington, est également difficile, mais d'une autre manière. Aux États-Unis, la majorité d'entre eux ne vivent pas de leur art mais en étant enseignants, ou dans les secteurs des services, et souvent en gagnant leur vie à partir d'une variété de sources de revenus. Or, beaucoup d'artistes ont perdu leur source principale de revenus à cause du Covid-19. Beaucoup ne peuvent pas pratiquer leur art en confinement. Rares sont également ceux avec une assurance santé convenable, en cas de maladie. Les artistes, bien sûr, sont résilients. Beaucoup font l'épreuve du chômage ou du sous-emploi chaque jour. Ils se sacrifient – financièrement et personnellement – pour leur art. Je pense donc qu'ils vont survivre à cette crise, mais non sans beaucoup de douleur et à un coût élevé. »

Et Buffington de conclure : « Pour nous, en tant que fondation, cette crise sanitaire est aussi une occasion de nous poser des questions. Et même s'il est trop tôt pour en tirer des conclusions, on se demande s'il ne faudrait pas repenser notre stratégie philanthropique d'ensemble pour le futur. De quoi nos musées-partenaires ont-ils le plus besoin ? Comment peut-on faire avancer nos idées et nos objectifs étant donné ce que nous sommes entrain d'apprendre de cette crise ? ». Autant de questions qui sont désormais ouvertes.

Du coup, les musées redoublent d'initiatives sur Internet. Parmi d'innombrables exemples, celui de la Fondation Proa à Buenos Aires qui « ne tente pas de rivaliser avec les géants du secteur, mais mise tout sur l'éducation artistique sur Internet », comme le confirme Adriana Rosenberg, sa présidente, qui propose en ligne « des dizaines de classes d'art gratuite via Zoom » (un programme baptisé « Proa en Zoom »). Cette initiative rencontre un certain succès dans un pays où la crise économique frappait déjà des millions de personnes sans emploi et sans assurance-chômage. A la crise économique s'ajoute maintenant la crise sanitaire.

L'ancien ministre Aurélie Filippetti, pense également qu'« il faudrait réinventer quelque chose et cela peut passer par le numérique. A terme, repenser les expositions avec plus de distanciation sociale et une meilleure qualité de vision, pourrait se révéler une bonne chose ».

Certains artistes ne semblent pas trop inquiets de la situation. Ainsi de Gilbert & George, confinés à Londres et qui nous répondent : « Le rôle des artistes est de changer la vie, de la transformer ; non pas de refléter la vie ou d'être affectée par elle ».

L'américain Jacob Bromberg, un visual-artist/multimedia poet/translator, est confiné dans une zone rurale avec son épouse et leur très jeune fils. Il analyse sa situation comme étant mixte : « D'un côté, j'ai vu ma principale exposition reportée : nous n'avons plus les entreprises pour produire les vinyles qui sont indispensables pour la réalisation de mes poèmes arborescents. Tout est en pause. Les calendriers sont très chamboulés et il faudra de longs mois pour retrouver une stabilité. En revanche, pour l'écriture, je suis beaucoup moins affecté. Je peux écrire, prendre du temps pour réfléchir et travailler. Le visual-artist qui est en moi

s'en sort mal mais l'écrivain s'en sort bien ». Bromberg ajoute que « le confinement nous aide à penser ce que sera peut-être notre vie dans quelques années avec le changement climatique ».

Théâtre

Parce qu'ils sont, par nature, ouverts au public, les théâtres sont également touchés. En particulier aux États-Unis : « On observe un peu la même chose dans le domaine du spectacle vivant qu'avec les musées. Ces institutions sont également sous-financées et dépendent largement de leurs box office », résume Sean Buffington.

Selon une étude de l'importante société de spectacles Stage Entertainment, le public ne semble pas envisager de retourner voir du théâtre, des comédies musicales ou des concerts avant septembre 2020 au plus tôt, et très peu de consommateurs envisagent d'acheter un ticket en avance, même si on leur promet le remboursement en cas d'annulation¹⁹.

Joe Melillo est l'un des plus célèbres producteurs de théâtre et de danse aux États-Unis ; il a longtemps dirigé la programmation de la fameuse Brooklyn Academy of Music (BAM). Son analyse de la situation américaine est sans appel : « Les programmeurs artistiques et les artistes sont en train de découvrir l'ampleur de la catastrophe. Ici, tous les salaires sont réduits de 20 à 50 % dans le meilleur des cas, si on n'est pas mis en congés d'office ou licencié... Comme les budgets sont réduits drastiquement, la qualité artistique va s'en ressentir. Et comme on a moins d'artistes et moins d'administrateurs culturels, ou comme on ne

peut pas les payer, on va manquer un peu de tout. La pression est forte sur la philanthropie privée mais ils ne nous feront pas de chèques en blanc ! La réalité est que la culture américaine va se réduire dans tous les domaines pour au moins une année. »

A titres individuels, les artistes payent le prix fort de cette situation inattendue. Aux États-Unis, ils sont rarement salariés et le plus souvent en « free lance ». Ils ont été les premiers à perdre leurs engagements et leurs ressources. Tim Miller est un « performance artist » qui vit à Los Angeles, où il est confiné, chez lui, à Venice : « Je suis vraiment effrayé de constater combien notre système artistique est fragile, qu'il soit commercial ou plus expérimental. C'est une hécatombe ! Et cela est vrai en particulier pour les artistes émergents. Le système était déjà très précaire. Je ne suis pas trop inquiet pour moi-même, bien que je perde sans doute une année de revenus à cause de cette crise, mais j'espère les récupérer en 2021. Je suis inquiet pour le système et pour les jeunes artistes. Partout, les théâtres et les universités me disent déjà que les "in person meetings" et les performances en public seront difficiles cet automne, or c'est le cœur de mon modèle économique ! On verra. Le monde de l'art sera très différent dans dix-huit mois de ce qu'il est aujourd'hui ».

Christopher Kriese, qui fait partie du collectif d'activistes théâtraux « Neue Dringlichkeit » à Zurich, analyse, lui, la situation de manière double : « Je vois pour l'instant deux conséquences majeures pour le théâtre. D'un côté, il y a une insécurité financière, des pertes d'argent et une grande incertitude dans un secteur déjà précaire. D'un autre

¹⁹ - Voir : Stage Entertainment Corona Study, Avril 2020.

côté, j'observe des tentatives de mise en œuvre ou d'expérimentation vers les technologies numériques. Je pense par exemple au théâtre en streaming ou à des formats de théâtre interactifs en ligne.

prises, même si elles ne peuvent résumer le théâtre : « L'utilisation des technologies numériques s'imposent en ce moment ; elles peuvent constituer un apport considérable. Tous ces mini-concerts diffusés en direct par



Crédits: Atih Kilic

En ce qui concerne notre collectif artistique, nous bénéficions actuellement d'une subvention de deux années de la part de la ville de Zurich, laquelle n'est pas directement conditionnée aux performances live ; du coup cela nous laisse plus de libertés pour nous adapter à la situation. Mais on réfléchit à la possibilité de nous tourner vers un format online. Ce n'est pas facile, car notre théâtre est fortement lié à la participation du public. Du coup, on réfléchit aux possibilités d'engager une audience de théâtre dans un format en ligne. »

En pensant au festival d'Avignon, Christiane Bourbonnaud pense également que des initiatives numériques doivent être

internet ouvrent une voie à creuser pour les artistes et programmeurs de théâtre. Sans remplacer la présence physique, le théâtre numérique peut recréer, en attendant, une proximité. Olivier Py [l'actuel directeur du festival d'Avignon] a décidé d'organiser un mini-festival virtuel en juillet avec des diffusions de captations de spectacles. C'est une bonne initiative malgré les réserves qu'on peut faire sur les spectacles enregistrés qui apportent rarement l'émotion de la salle ».

Faut-il faire évoluer les processus de financement du théâtre ? Christopher Kriese le pense : « Plutôt que de donner de l'argent aux artistes en fonction de leurs "output" (par exemple les répétitions ou les

performances), ne serait-il pas plus judicieux de les attribuer en fonction de leur "input" (la recherche artistique, l'expérimentation avec de nouveaux formats etc.). On devrait recevoir de l'argent en tant qu'artistes non pas parce qu'on produit des pièces d'art. Et ce d'autant plus que de nombreux artistes sont engagés dans un processus théâtral plutôt que dans la production de théâtre. Cela me semble intéressant de creuser cette piste sans penser au coronavirus, même si c'est tout particulièrement utile en ce moment, quand les performances lives ne sont plus possibles ».

En dépit de nouvelles idées et d'un certain optimisme qui demeure parfois, beaucoup d'acteurs se demandent si cette crise n'aura pas des conséquences durables sur les carrières artistiques. Non pas simplement en tant que perte de revenus mais en terme de pertes d'opportunités de carrière. Ainsi de l'ancienne ministre de la Culture du Mexique, Consuelo Sáizar : « Étant donné ce que je sais en tant que responsable culturelle, je m'inquiète surtout des opportunités perdues pour tant d'artistes. Pour un danseur, par exemple, six mois seulement de pause représentent un retard considérable dans une carrière. Ce sera une perte tragique de talents ».

Architecture & Design

Dans le secteur de l'architecture et du design, la situation est plus contrastée et tous les cas de figures existent. « Le confinement est arrivé à un moment particulier pour chacun d'entre nous. Certains s'en sortent bien ; d'autres non », résume Bernard Dubois, un jeune architecte – et déjà une star belge de l'architecture –, confiné à Bruxelles. « En ce qui me concerne, la plupart de mes projets étaient en phase de développement.

Le fait que tous les chantiers soient à l'arrêt n'a donc que des effets limités pour moi ; ça repousse un peu les deadlines. En général, 70 à 75 % du boulot d'architecte a lieu très en amont de l'exécution. On peut donc continuer à travailler normalement, depuis chez soi. Cela permet même de prendre un peu de recul, de ne pas courir d'un chantier à l'autre, et la qualité de mon travail s'en ressent. J'ai même réussi à signer quatre nouveaux contrats pendant le confinement », dit-il. Avant d'ajouter : « Si cela dure deux mois, on pourra gérer. Sur une autre durée, je ne sais pas ». Les honoraires des architectes étant généralement payés à chaque phase du développement (signature fee, concept design, schematic design, design development, tendering, execution, follow up etc), le modèle économique des architectes semble moins affecté que celui des autres professions artistiques.

C'est aussi ce que pense Abbas Saad, un consultant et un urbaniste qui vit à Beyrouth, au Liban, où il est confiné lui aussi : « Il faut distinguer le travail qui nécessite une interaction humaine et celui qui n'en a pas besoin. Personnellement, je me saisis de cette opportunité qui me permet d'explorer les sujets politiques et philosophiques que je voulais approfondir depuis longtemps. Une partie de mon travail consistant à interviewer des personnes sur le terrain et à collecter des données, cela est devenu difficile ; mon salaire a été réduit de 20 %. Mais pour quelqu'un qui aime faire de la recherche et qui aime les choses intellectuelles, c'est une belle opportunité que d'avoir du temps pour se former et lire tous les livres que je veux sans culpabiliser ! » Au Liban, la crise économique dure depuis longtemps et la situation actuelle exacerbe toutes les tensions.

Société de droits d'auteur

Moins connues et moins médiatisées, les sociétés de collectes de droits d'auteurs sont un autre maillon essentiel du système culturel, pour la musique ou le théâtre (GEMA en Allemagne, la SACEM, SCAM et SACD en France, SOCAN au Canada, PRS for Music au Royaume Uni etc.). Ces structures, qui ont généralement des réserves financières considérables, réfléchissent actuellement aux meilleurs moyens d'aider les artistes. Certaines ont mis en place des « emergency relief funds » : en puisant dans leurs réserves, elles viennent en aide aux artistes. Elles sont pourtant, elles-mêmes, en difficultés. Ainsi, les concerts et les festivals ayant été annulés, les discothèques, les clubs et les bars fermés, les commerces interrompus, les droits dérivés de la musique vont connaître une baisse significative et durable pour plusieurs mois. Les droits pour copie privée sont également en forte baisse. « Mais on ne sentira vraiment les effets de cette crise que dans dix-huit mois environ, le temps qu'il nous faut pour collecter les droits », explique le dirigeant d'une société de droits²⁰.

On peut cependant se demander si ces sociétés privées, qui gèrent souvent des milliards d'Euros de droits, et disposent de « trésors de guerre », ne pourraient pas organiser de manière plus significative de véritables plans de « relief » pour l'ensemble de leurs affiliés dans une situation aussi exceptionnelle.

Édition, écrivains

Dans le secteur de l'édition, la situation est également très contrastée selon si on est un libraire, une maison d'édition, une bibliothèque, une plateforme de livres électroniques ou un écrivain. « La lecture reste l'une des activités les plus sûres et les plus satisfaisantes que l'on puisse imaginer, alors, même si la situation actuelle est difficile pour tout le monde, nous restons optimistes. Les ventes risquent de rester en baisse à court terme, tant que les librairies ne seront pas en mesure d'ouvrir ou d'attirer autant de clients qu'auparavant, mais je crois que l'acte de lecture lui-même n'est pas menacé. Les gens sont même susceptibles d'avoir plus de temps ou d'occasion de lecture actuellement », commente Jonathan Karp, le patron de l'important groupe éditorial américain Simon and Schuster (qui appartient à CBS).

A la fois libraire et éditeur, Carlo Feltrinelli, l'un des principaux acteurs du système éditorial italien, fait quant à lui à peu près le même constat : « J'ai la même inquiétude que tous les éditeurs, quels que soient leurs tailles : cette pandémie met à nu la fragilité de notre système culturel, notamment en Italie. Cela dit, Feltrinelli a 65 ans d'activités, un catalogue vaste et vivant, de nouvelles idées et une présence significative sur le marché italien. Nous allons survivre à ce cauchemar. ». En entrant dans les détails, Feltrinelli confirme l'impact dévastateur du Covid 19 : « Les 118 librairies Feltrinelli ont fermé dans tout le pays pendant près de deux mois. Depuis quelques jours, nous avons commencé à rouvrir, avec mille

²⁰ - Emmanuel Legrand, « Creative sectors assess the impact of C-19 and their needs to get through the global crisis », Legrand Network, 6 avril, 2020.

difficultés, une quarantaine de magasins. La réponse de nos clients, en termes de ventes, est d'environ 60 % de notre chiffre d'affaires pour les mêmes dates et les mêmes magasins en 2019. C'est globalement une réponse encourageante, étant donné que les centres-villes historiques sont pratiquement déserts et qu'il n'y a plus de tourisme. En revanche, nous sommes très satisfaits des résultats de nos sites de e-commerce (Feltrinelli.it et lbs.it) qui représentent un enjeu stratégique important pour notre avenir, surtout qu'ils vont être bientôt pleinement intégrés à nos librairies physiques. »

Pour les libraires, les mois de fermeture représentent donc un manque à gagner d'autant plus considérable que les mois de mars et avril correspondent à des moments importants de parutions littéraires. Pour les éditeurs, les livres parus en février et mars ont été sacrifiés tandis que le reste de la saison éditoriale a été reportée à l'automne ou l'hiver, au prix de grandes difficultés. Les inquiétudes demeurent toutefois pour les ventes de l'été et même de l'automne. « Cette crise, on va la payer pendant plus d'une année », suggère une éditrice.

Pour Henry Finder, directeur éditorial du *New Yorker* : « À court terme, aux États-Unis, la publication de nombreux livres est reportée. Les ventes de livres ont été affectées. Mais encore une fois, ce que nous constatons surtout c'est l'accélération de tendances déjà existantes. De nombreuses librairies indépendantes, qui ont toujours fonctionné sur des marges économiques faibles, sont actuellement fermées et elles risquent de ne pas survivre. Les décisions d'achat dans les librairies sont différées. Mais la demande reste forte ; les éditeurs continuent de recevoir des offres de textes et de signer des contrats. Peut-être que la

promotion de nouveaux auteurs sera désormais un peu plus difficile ».

Du côté des bibliothèques, Laurence Engel, présidente de la Bibliothèque Nationale de France, constate : « Tout est bouleversé bien sûr puisque tout est fermé ! Mais les bibliothèques ont su trouver le moyen de se maintenir, de maintenir leur apport à travers des offres dématérialisées : ressources, prêts numériques, web conférences, présentations de collections en ligne et sur les réseaux sociaux... Ces offres ont vu leur fréquentation exploser. Dans la crise du Covid, comme avant et comme sans doute après, les bibliothèques restent donc des repères et des lieux ressource. Et si la crise les amène incontestablement à repenser, pour le développer encore, leur rôle dans le monde numérique, je suis sûre qu'elles resteront aussi, et dès que ce sera possible, des lieux refuges, habités par leurs lecteurs qui souvent y élisent une forme de résidence. En d'autres termes, la crise les perturbe fortement mais elle ne les déstabilise pas en profondeur. Ce qui est loin d'être le cas de tous les secteurs culturels. Nous sommes plutôt résilients ».

Du côté des plateformes de livres électroniques en revanche, le confinement est apparu comme une bonne nouvelle. La plupart des plates-formes de vente de livres numériques enregistrent des hausses d'activité de 75% à 200%, doublées d'un véritable plébiscite pour les ebooks en accès gratuit et d'un boom du prêt numérique auquel les bibliothèques peinent à faire face. Toutes les plateformes en profitent Amazon Prime,

ePagine, Youboox, Vivlio, Tite-Live, Glose etc²¹.

Du côté des écrivains, la situation semble également assez positive, même si de nombreux auteurs ont dû annuler des tournées de conférences qui sont désormais centrales dans leur modèle économique²². L'ancienne éditrice mexicaine Consuelo Sáizar, commente : « En tant qu'éditrice, je ne vois pas beaucoup de changements majeurs pour les écrivains. En revanche, l'industrie du livre est très affectée dans son ensemble, par exemple parce que les salons du livre comportent une présence physique qui n'est actuellement plus possible. Je vois également la possibilité d'accélérer l'édition et la commercialisation numérique dans ces nouvelles circonstances. »

Benny Ziffer, écrivain et traducteur israélien de réputation internationale, et rédacteur en chef du supplément littéraire du célèbre quotidien Haaretz, voit, lui aussi, la situation en demi teintes : « D'un côté, toutes les librairies sont fermées en Israël, comme les théâtres et les plages. De l'autre, mon journal n'a jamais été aussi populaire mais il n'a presque plus de publicité. Et comme écrivain, je dois dire que la situation n'est pas si mauvaise. Grâce au confinement, j'ai pu traduire deux livres de Gérard de Nerval et de Huysmans ! ». Confiné dans son kibboutz de la Vallée de Jezreel, il ajoute : « Le confinement, c'est l'état idéal pour un écrivain ! ».

Comme le fait remarquer Ziffer, chaque année un auteur est en confinement pour plusieurs mois pour écrire. Pour lui, cette crise sanitaire ne change rien. La plupart des

écrivains se sont mis à rédiger leur prochain livre, parfois en prenant de l'avance sur leur travail prévu pour l'été. Ainsi, le temps du confinement peut apparaître comme une certaine aubaine. Les activités annexes étant à l'arrêt, notamment l'enseignement, le consulting et, on l'a vu, les conférences, certains auteurs peuvent néanmoins se retrouver en difficulté économique.

Se pose aussi la question, une fois les librairies rouvertes, de la capacité à faire connaître de nouveaux auteurs dans cette période difficile : « Il est difficile d'imaginer actuellement de vastes nombres de lecteurs se rassemblant dans des petits magasins et manipulant les livres avec désinvolture sans porter de gants et de masques, ni avoir une bouteille de désinfectant pour les mains à proximité. Les ventes en ligne pour des auteurs connus peuvent rester stables, mais les éditeurs et les libraires peuvent devoir trouver de nouvelles façons d'attirer l'attention sur des auteurs plus récents ou moins évidents », souligne Jonathan Karp, patron de Simon and Schuster. Pour le patron des librairies qui porte son nom, Carlo Feltrinelli : « Il est bien évidemment difficile, aujourd'hui, de faire des prédictions. Je pense que la reprise sera très progressive et qu'il faudra beaucoup de patience. Il existe un risque concret d'appauvrissement de notre système culturel, les librairies, les petits éditeurs, les festivals et les principaux événements culturels étant les premiers touchés. Mais j'espère que les livres, en les lisant, en les achetant, seront un outil de rédemption pour nous aider à traverser ces temps dramatiques. »

²¹ - Voir *Livres Hebdo*, "Le livre numérique explose sur toutes les plates-formes," 1 April 2020.

²² - Voir : F. Martel, « Positive Economy, Towards New Business Models for Artists », in *Entrepreneurial*

Strategies for a « Positive Economy », pp. 5-45 (40p), 3rd Creative Economies Report, ZHdK/CreativeEconomies Research Venture, Switzerland, 2018.

A Bogota, Emmanuel Neisa dirige une maison d'édition d'ouvrages éducatifs et de livres pour enfants: Click Arte. « Cette crise, je ne l'ai pas vue venir. Mais nous nous sommes immédiatement adaptés en basculant sur le numérique. On a compris que la demande pour des contenus éducatifs en ligne allait être massive, et on s'est lancé dans les audio-livres, les micro-contenus éducatifs par abonnement et on a surtout lancé notre projet laaldea.co ». Ce site de contenus originaux se propose d'expliquer le coronavirus et le confinement aux enfants. Le succès a été immédiat : « De nouvelles opportunités se sont ouvertes pour nous. L'UNICEF nous a contacté pour diffuser massivement nos livres dans toutes les écoles de Colombie et nous avons réussi à produire des contenus originaux en quelques semaines. Nous embauchons des graphistes, des auteurs, des développeurs. C'est un moment de forte croissance pour nous. Je crois que le livre pour les enfants et l'école doivent se réinventer à l'heure numérique et la crise du coronavirus peut nous y aider. »

D'autres maisons d'édition, parfois prestigieuses, connaissent des difficultés beaucoup plus significatives. Ainsi de la célèbre librairie City Light Books, à la fois un libraire et un éditeur de San Francisco : elle vient de lancer un fundraising pour tenter d'éviter la faillite (GoFundMe)²³. 450.000 dollars ont été récoltés. La librairie propose également l'achat de livres en avance, que les clients pourront récupérer dès sa réouverture.

« Ce qui me frappe », explique Tom Avendaño, journaliste culturel d'El Pais, « c'est la rapidité avec laquelle on est passé

de la situation antérieure et la période traumatique que nous connaissons maintenant. Les séries télévisées et les livres raconteront sans doute ce passage brutal d'une réalité à une autre. Slavoj Žižek a déjà publié un livre expliquant la pandémie, comme Paolo Giordano. Il y a des projets de HBO pour la télévision espagnole pour traduire notre quarantaine en fiction. D'une manière générale, ces œuvres sont rarement intéressantes. Les livres publiés après le 11 septembre – plus d'un millier ! dont au moins trente romans de John Updike à Don Delillo – n'étaient pas très réussis. Ken Follet a publié un livre juste après l'incendie de la cathédrale Notre Dame de Paris et ce n'était pas très bon non plus. Est-ce que ce type de récit existera à partir du coronavirus ou est-ce que ce travail incombera plutôt aux réseaux sociaux, c'est à voir ».

Pourra-t-on lire bientôt sur le coronavirus une sorte de *Montagne magique* de Thomas Mann (centré sur la tuberculose), un *Journal de l'Année de la Peste* de Daniel Defoe (sur l'épidémie de peste) ou *Un ami qui ne m'a pas sauvé la vie* d'Hervé Guibert (sur le sida)? Nous verrons.

Conclusion

Inédite et soudaine, la crise sanitaire et économique que nous connaissons actuellement aura un impact durable sur le monde de la culture. Que peut-on faire ? Que peuvent faire les gouvernements, les fondations et le secteur privé ?

Sean Buffington, vice-président de la Fondation Luce, qui intervient activement dans le domaine de la culture aux États-Unis, avance quelques pistes : « Peut-on agir

Note II

La grande dépression culturelle

II.1 – L'économie créative, une économie comme une autre.

II.2 – L'économie créative, une économie qui n'est pas comme les autres.

II.3 – Les sous-secteurs de l'économie créative.

Conclusion

²³ - Voir : <https://www.gofundme.com/f/aeany-keep-city-lights-books-alive>

fortement, compte tenu du mode de financement de la culture chez nous ? Je ne sais pas. Peut-être émettre des obligations ? Les États pourraient le faire et distribuer l'argent mais je suppose qu'ils réserveront ce type d'outils financiers un peu miraculeux pour l'assistance économique plus générale. En tout cas, je pense que la culture à but non lucratif doit être, au minimum, incluse dans tous les plans de "relief" qui seront mis en place à tous les niveaux du gouvernement. Certains ont évoqué un nouveau New Deal ou une nouvelle Work Projects Administration. Mais il me semble assez difficile de l'imaginer sous l'administration Trump... ».

Au cœur de toutes les discussions aux États-Unis, il y a le National Endowment for the Arts (NEA), l'agence fédérale américaine pour la culture. Elle vient de débloquer 75 millions de dollars pour un programme baptisé CARES (Coronavirus Aid, Relief, and Economic Security) destiné indirectement aux organisations culturelles, via les « state and regional arts agencies » (à hauteur de 40 %) et directement aux organisations à but non lucratif (60 %). Reste que, peu avant la crise sanitaire, le président Trump a demandé l'élimination pure et simple du NEA, ainsi que d'une autre agence, le National Endowment for the Humanities, dans le cadre de coupes budgétaires pour l'année fiscale 2021 qui commence en juin...

Dans le plan fédéral « Stimulus Relief for the Arts », qui vient d'être adopté par le Congrès, 300 millions de dollars seront fléchés pour la culture. Une somme considérable vue de loin, mais qui est en réalité fort modeste à l'échelle des États-Unis. C'est donc vers les États et les villes que se portent les espoirs. A New York, différentes aides viennent d'être mises en place mais leur répartition fait déjà l'objet de tensions : les artistes « émergents » qui semblent parmi

les plus en difficultés en sont exclus ! On finance les lieux, non les personnes ! « Les gens qui en ont le plus besoin seront les moins aidés », se désole Brett Gleason. Plus globalement, les dispositifs de « relief » actuellement imaginés tendent à se calquer sur l'offre la plus visible – les lieux homologués, les grands musées et les grands orchestres – pas sur les parcours artistiques individuels les plus fragiles.

Henry Finder, directeur éditorial du *New Yorker*, résume la situation : « Les aides publiques fédérales peuvent permettre à certains magasins et publications de survivre. Des associations et des fondations ont fourni de l'aide à certains éditeurs. Mais la culture politique américaine n'est pas vraiment habituée au soutien public des médias et des éditeurs. La Corporation for Public Broadcast aux États-Unis fonctionne avec un budget qui est une petite fraction de celui de la BBC. Les projets de loi américains de relance, en cours d'adoption actuellement, sont destinés à soutenir l'économie dans son ensemble et à atténuer les conséquences économiques négatives pour les personnes touchées. On parle peu de la valeur des reportages des médias, par exemple, ou du maintien de notre infrastructure culturelle, et je ne sais pas si, au Congrès, on pourrait trouver une volonté politique afin d'orienter l'aide financière spécifiquement vers ces secteurs. »

Hors des États-Unis, les programmes de relance économique, les « stimulus plan » et autres plans de « relief » se multiplient. D'innombrables initiatives avec un volet culturel ont été imaginées par les pouvoirs publics ou les fondations privées. Un premier

recensement a été fait par le think tank KEA European Affairs²⁴.

En Suisse, un plan d'aide a été lancé à la fois au niveau fédéral, par certains cantons ou villes. Le conseil fédéral a immédiatement débloqué un ambitieux programme, à hauteur de 280 millions de Francs Suisse, articulé avec les aides des villes. A Zurich, par exemple, il comprend des prêts à taux zéro octroyés à toutes les institutions qui en font la demande²⁵; des avances de trésorerie pour les institutions subventionnées ; des « emergency aids » à hauteur de 186 Francs Suisses par jour pour les artistes en difficultés²⁶; et d'importantes compensations pour les pertes financières des événements culturels annulés ou reportés etc.²⁷.

Au Japon, la ville de Tokyo a mis en place un programme d'aide immédiat d'environ 1.000 Euros pour chaque lieu culturel et, à titre individuel, pour chaque artiste qui en fera la demande ; les guidelines qui permettent d'être qualifié pour ces subventions de « relief » semblent assez souples et ouvertes à tous, y compris aux artistes les plus jeunes ou les plus bohèmes.

En Allemagne, un plan fédéral a été mis en place par la ministre-adjointe de la Culture, Monika Grütters, alors même que les Länder ont organisé leur propres dispositifs, parfois très ambitieux et parfois moins²⁸.

En France, un plan de relance massif pour les arts a été imaginé par le ministre de la Culture, Franck Riester, et annoncé le 12

mai par le président Emmanuel Macron. Il comprend des aides significatives octroyées aux entreprises concernées, sous la forme de défiscalisation ou de prêts, et aux « intermittents du spectacle », comme on appelle en France tous ceux qui travaillent de manière intermittente dans le spectacle vivant ou l'audiovisuel²⁹.

En Espagne, aucune annonce sérieuse n'a été faite pour l'instant. Ce qui désole le jeune réalisateur de films indépendants Miguel Rojas Palencia : « Un artiste dans notre système n'est pas reconnu comme un travailleur : il passe simplement son temps à faire de l'art à ses risques et périls. En Espagne, il n'y a pas de subventions et d'aides dans la situation actuelle. Le ministre de la Culture a même déclaré récemment que le secteur culturel n'était pas assez important pour être aidé prioritairement dans cette crise... ».

Au Mexique, le gouvernement a mis en place un dispositif que résume Antonio Martínez Velázquez, le chef de cabinet de la ministre de la Culture, Alejandra Frausto Guerrero : « Dans le cas du gouvernement mexicain, nous avons entrepris trois types d'actions principales pour le secteur culturel. D'abord, on a lancé le programme "Contigo en la Distancia" qui consiste à réunir en ligne toute la production artistique de l'État mexicain et à ouvrir un espace d'emploi temporaire pour les artistes et les groupes. Ensuite, on a mis en place une aide pour les lieux indépendants qui ont été fermés à

²⁴ - Voir : <https://keanet.eu/collaborative-map-covid-19-policy-measures/>

²⁵ - Voir : www.bak.admin.ch/coronavirus et www.stadt-zuerich.ch/kultur

²⁶ - L'association Suisse Culture Sociale en a été chargé : www.suisseculturesocial.ch

²⁷ - Voir : <https://www.stadt-zuerich.ch/kulturleitbild-20-23>

²⁸ - Voir par exemple « Grütters: Politik muss Künstlern in der Corona-Krise mehr Mut machen », *Mdr.culture*, 23 avril 2020. Voir aussi les données du u-institut Backes & Hustedt GbR.

²⁹ - Voir : « Franck Riester détaille les mesures en faveur du secteur culturel », *Le Monde*, 17 avril 2020.

cause de l'épidémie, ce qui leur ouvre le droit d'un financement de 6.000 dollars US pour survivre pendant la durée de la pandémie. Troisièmement, nous avons mis en place une sorte de service bancaire qui ouvre la possibilité de payer pour l'achat de tickets de pièces de théâtre ou de concerts qui seront présentés plus tard. »

Un peu partout, des fonds d'aides collectifs sont imaginés ou déjà mis en place avec des formes originales par des structures atypiques. C'est le cas du projet Artist Relief aux États-Unis ou le dispositif Covid 19 Music Relief Fund lancé par Spotify³⁰. Au nom de sa mission de service public, Radio France³¹ a lancé un important programme de solidarité avec les artistes par la multiplication de commandes d'œuvres, en faisant vivre les festivals annulés sur ses antennes et en diffusant des représentations publiques de théâtre et de concerts pour compenser le manque à gagner des artistes. Sans oublier l'initiative du concert « One World, Together at Home » organisé par Lady Gaga le 18 avril : si cet événement planétaire ne visait pas uniquement à récolter des fonds, du moins a-t-il été un « feel good » moment, entre alerte sanitaire et solidarité artistique. Et peut-être aussi un cri d'appel des artistes pour qu'on ne les oublie pas ?

En dépit de ces nombreuses initiatives publiques et privées, souvent généreuses ou originales, il n'existe pas – ou pas encore – de plan de « relief » de grande ampleur. S'il devait se concrétiser marquera-t-il, comme beaucoup l'espèrent, un temps de refondation ? Un moment de réinvention pour un nouveau monde culturel ? En attendant, et au début d'une crise économique de masse

sans précédent, la Works Progress Administration mise en place par Roosevelt après la crise de 1929 n'a pas encore trouvé son modèle contemporain.

Frédéric Martel

Cette deuxième note de recherche s'inscrit dans une série de quatre notes du Zurich Centre for Creative Economies (ZCCE) sur les conséquences économiques du coronavirus

A LIRE EGALEMENT

Introduction – (Christoph Weckerle)

Note 1 – Roosevelt, la WPA et la politique d'aide d'urgence pour les arts aux États-Unis 1936-1939 (Frédéric Martel)

Note 3 – L'économie créative suisse : quelques réflexions à partir des statistiques pour nourrir les débats actuels en Suisse (Roman Page, Christoph Weckerle)

Note 4 – Au-delà des débats actuels : quelle stratégie alternative pour analyser l'économie creative Christoph Weckerle, Simon Grand)

³⁰ - Voir : <https://www.artistrelief.org/> et <https://covid19musicrelief.byspotify.com/fr-fr>

³¹ - Disclaimer : Frédéric Martel est producteur et animateur de France Culture, qui appartient au groupe Radio France.

ZURICH CENTRE FOR CREATIVE ECONOMIES (ZCCE)

Le Zurich Centre for Creative Economies (ZCCE) est un centre de recherche international d'excellence qui se consacre à l'étude et à l'analyse des économies créatives et au transfert de ces connaissances dans l'enseignement supérieur et la pratique. Nos domaines d'expertise sont les suivants : les politiques culturelles, la digitalisation, les smart cities, les carrières dans l'art et le design, la critique et la théorie et les stratégies entrepreneuriales.

Nous travaillons en étroite collaboration avec nos partenaires internationaux, les chercheurs, les universitaires et les jeunes entreprises.

Le Zurich Centre for Creative Economies (ZCCE) fait partie de l'Université des Arts de Zurich (ZHdK).

Frédéric Martel, Academic Director
Eva Pauline Bossow, Managing Director

CONTACT

Zurich Centre for Creative Economies
Zurich University of the Arts
Toni-Areal, Pfingstweidstrasse 96
8031 Zürich, Switzerland
creative.economies@zhdk.ch
www.zhdk.ch/zcce

Mai 2020