

L'hégémonie parisienne. Économie et politique de la gravitation artistique

Monsieur Pierre-Michel Menger

Abstract

The Paris Hegemony Economy and Politics of Artistic Gravitation.

In the 1980s France experienced far greater increase in cultural supply than in cultural demand. Paradoxically this boom in no way weakened Paris hegemony in the artistic domain artists and cultural impresarios whose number has never ceased to grow became even more concentrated in the capital and the surrounding region. The explanations offered here for this phenomenon are drawn from the idiosyncrasy of the economy of artistic production its need for flexibility, from the positive effects of the spatial density upon the viability of networks which enable artists to find jobs and the resources necessary to their profession and which keep producers informed with respect to innovations, and from issues regarding cultural policy. The national cultural scene in which Paris represents the center of gravity is itself embedded in global system of exchange and competition this concentration takes place at the point where the necessity for balanced national cultural development and the stakes involved in the internationalization of the art world meet.

Citer ce document / Cite this document :

Menger Pierre-Michel. L'hégémonie parisienne. Économie et politique de la gravitation artistique. In: Annales. Economies, sociétés, civilisations. 48^e année, N. 6, 1993. pp. 1565-1600;

doi : <https://doi.org/10.3406/ahess.1993.279232>

https://www.persee.fr/doc/ahess_0395-2649_1993_num_48_6_279232

Fichier pdf généré le 13/04/2018



L'HÉGÉMONIE PARISIENNE

Économie et politique de la gravitation artistique

Pierre-Michel MENGER

La position hégémonique de Paris dans le système de production culturelle constitue l'une des incarnations les plus fortes de la centralisation française. Comme pour Londres ou Vienne, cette hégémonie est historiquement enracinée dans la superposition des trois dimensions de domination, politico-administrative, économique et intellectuelle. Les travaux historiques qui ont été consacrés au rayonnement culturel de ces métropoles permettent de dessiner ce qui semble bien être, par-delà les particularités des expériences historiques nationales, une loi d'airain : la concentration des artistes et des intellectuels et celle des publics les plus immédiatement réceptifs à la production et à l'innovation artistiques attestent, par leur durable et féconde liaison, que la corrélation entre l'activité de création culturelle et la taille de la population résidente d'une ville n'est pas simplement linéaire.

Pourtant, le développement des politiques culturelles nationales a aussi imposé progressivement la légitimité d'un principe opposé : une capitale hégémonique doit s'efforcer de travailler en quelque sorte à l'affaiblissement de sa domination, pour garantir au pays tout entier et à ses régions un développement plus harmonieux, et, à terme, facteur d'enrichissement général. Le mouvement est soit directement volontariste, à travers les divers mécanismes de décentralisation politico-administrative et de déconcentration budgétaire vers les régions et leurs métropoles, soit plus indirect,

* Des éléments de ce texte ont fourni la matière de communications dans deux colloques à Tokyo (octobre 1991) et New York (mars 1993), dans le cadre d'un projet international de recherche sur les villes globales, coordonné par John Mollenkopf, du Social Science Research Council de New York, avec l'appui du SSRC, du Pir Villes du CNRS et de l'International House of Japan de Tokyo. Je remercie Paul DiMaggio, Hervé Le Bras, John Mollenkopf, Edmond Préteceille, Roger Waldinger et Olivier Zunz pour leurs observations lors de discussions dans le cadre de ces deux colloques, Jacques Revel pour l'acuité de son regard critique et de ses suggestions, et Frédérique Patureau et Jean-Marc Vernier pour leur aide et leurs propositions.

ESPACES DE L'ART

lorsque la dissémination des lieux de production, des équipements, des populations de professionnels, dans les villes et métropoles régionales, conduit de l'imitation du modèle central d'organisation de la vie culturelle à une situation de développement local autozentré, puis à une concurrence spatiale entre les pôles d'activité (DiMaggio, 1993). Aux critères et arguments d'équité sociale et spatiale se mêlent alors des considérations d'efficacité liant le développement des marchés artistiques à leur expansion territoriale.

Une troisième dimension de l'hégémonie d'une métropole fait jouer l'une contre l'autre les deux évolutions évoquées. Le cadre spatial et économique de l'observation doit être élargi aux dimensions de l'internationalisation croissante des marchés et des relations d'échange. L'internationalisation de la vie culturelle a conféré à certaines métropoles une importance décisive au long de l'histoire moderne des arts, et s'est amplifiée avec la croissance des industries culturelles de l'image et du son et des médias de communication et avec la dématérialisation des flux financiers s'investissant dans des actifs tels que les œuvres d'art, en concurrence avec les valeurs mobilières et les biens immobiliers (Chanel, Gérard-Varet, Ginsburgh, de Kerchove, 1990 ; Chanel, 1993). La concurrence mondiale entre les grandes villes sur des marchés comme celui des arts plastiques (Moulin, 1992), celui des industries culturelles (Hirsch, 1992) ou dans le secteur des industries du divertissement liées à la production cinématographique et audiovisuelle (Aksoy, Robins 1992) favorise la reconcentration urbaine des créateurs et des opérateurs.

Une capitale comme Paris apparaît alors comme l'un des nœuds d'un maillage mondial de « villes globales », comme on a pu les appeler (Fainstein, 1993 ; Mollenkopf, 1993 ; Sassen, 1991 ; Shefter, 1993), dont le réseau structure la circulation des flux financiers, les transferts d'information et le commerce des innovations, non moins que la mobilité des acteurs de ces sphères hautement internationalisées d'activité et les flux touristiques. Le processus de globalisation s'est étendu à la sphère culturelle de plusieurs façons. Dans les arts savants et dans l'industrie de la mode, les innovations, les goûts et les réputations se diffusent très rapidement dans les grandes métropoles culturelles, et une élite très largement cosmopolite de créateurs et d'entrepreneurs dispose, à Paris, Londres, Milan, New York, Los Angeles, Tokyo, Berlin, Francfort, d'une information très complète sur l'activité des mondes de l'art. La globalisation se mesure d'autre part à la distribution mondiale immédiate de biens culturels reproductibles par une variété croissante de canaux et de supports électroniques. Enfin, la globalisation s'exprime dans la formation d'*« ethnoscapes »* selon l'expression d'Appadurai (1990) qui désignent le décor urbain perpétuellement mouvant dont les personnages sont, outre les résidents, une proportion élevée de touristes, d'immigrants, d'exilés, de travailleurs étrangers porteurs de cultures différentes. Les villes globales constituent dès lors les sites écologiques de la pluralité culturelle entendue dans ces diverses dimensions, tant en raison de la masse critique d'institutions et d'acteurs culturels (artistes, producteurs, distributeurs, médiateurs et professionnels des mondes de l'art) que de la concentration géographique des populations (groupes sociaux, minorités ethniques, flux de visiteurs).

Le poids de ces facteurs qui agissent en des sens partiellement contraires peut être étudié à travers les données récentes des enquêtes quantitatives sur la production, la consommation et le financement culturels.

L'hégémonie parisienne s'est-elle renforcée ou affaiblie ?

Deux enquêtes ont été réalisées par l'Insee, à vingt ans d'intervalle, sur les loisirs des Français. Elles prennent en compte l'évolution d'ensemble d'un certain nombre des pratiques étudiées et mesurées dans des termes semblables dans les deux enquêtes.

Cette évolution doit être rapportée aux changements de l'offre culturelle et des caractéristiques de la demande potentielle. Dans la période écoulée, l'offre culturelle s'est considérablement élargie, tant en raison du dynamisme des industries culturelles productrices des biens reproductibles (livre, disque, film, produits audiovisuels) que de l'essor de l'action culturelle publique.

La croissance des investissements publics dans la culture s'est progressivement accélérée à partir du milieu des années 1970. Ces investissements ont été alimentés par plusieurs sources — dépenses de l'État, dépenses des collectivités locales, régions, départements et surtout communes¹. C'est la vive hausse des dépenses de l'État depuis la fin des années 1970 qui a eu un fort effet d'entraînement sur les investissements des collectivités locales : les dépenses des communes de plus de 10 000 habitants et celles du ministère de la Culture, qui, à chacun des deux pôles, apportent la plus forte contribution, ont évolué de la même manière entre 1978 et 1987, progressant respectivement de 84 % et de 92 %, en termes réels, déflatés (Cardona, Lacroix, 1991 ; Lephay-Merlin, 1991). Du coup, la part de l'État a diminué progressivement en pourcentage, pour ne plus représenter, en 1987, que 38,7 % de l'ensemble des dépenses culturelles des collectivités publiques. Remarquons cependant, sans pouvoir détailler ici les mécanismes par lesquels l'État a exercé son influence sur les collectivités locales, que de multiples procédures de co-financement ont été inventées, qui lient l'action de l'administration culturelle parisienne aux initiatives locales ; à travers ces formes de partenariat,

1. A titre indicatif, voici la structure des dépenses culturelles engagées par les différentes catégories de collectivités publiques en 1987.

Type de collectivité	Montant des dépenses 1987 (en milliards de francs)	%
État	15,5	38,7
donc : — ministère de la Culture	9	22,5
— autres ministères	6,5	16,2
Collectivités locales	24,5	61,3
donc : — Régions	0,8	2
— Départements	2,7	6,8
— Communes	21	52,5
Ensemble des collectivités publiques :	40	100

Source : « Evolution des dépenses culturelles des communes » *Développement culturel*, n° 85, ministère de la Culture, mai 1990.

ESPACES DE L'ART

l'État a en quelque sorte réalisé une décentralisation sous influence, en persuadant souvent les décideurs locaux d'adopter les critères de choix de l'administration culturelle parisienne².

Du côté des caractéristiques de la demande, le niveau d'études de la population, qui constitue le déterminant principal de la consommation culturelle, s'est nettement élevé en vingt ans : entre 1967 et 1988, la proportion de titulaires du baccalauréat dans la population française et celle des étudiants dans l'enseignement supérieur ont doublé, la part des diplômés de l'enseignement supérieur a augmenté de 46 %.

Ensemble, ces deux évolutions auraient dû agir sur la diffusion des pratiques culturelles (Choquet, 1990) : or, on observe en moyenne une stabilité ou une diminution limitée des pratiques, à l'exception de la visite des musées (cf. tableau en annexe), ce qui veut dire, notamment, qu'à diplôme constant, la fréquentation des théâtres et des concerts et la lecture de livres ont nettement reculé, l'élévation globale du niveau scolaire de la population masquant cette baisse pure.

Bien que la relation de causalité entre la baisse ou la stagnation des loisirs cultivés (spectacles, lecture) et le succès de la télévision et des médias et supports d'image (vidéo, jeux, cinéma) soit discutée (cf. Dumontier, de Singly, Thélot, 1990), il est incontestable que l'allocation du temps de loisir, aujourd'hui modelée plus directement par une exigence de rapidité et de versatilité dans le divertissement (Patureau, 1992 ; de Singly, 1993), connaît les contraintes de l'accélération du rythme de consommation³. En tout état de cause, le schéma de la démocratisation culturelle, qui définit la production artistique comme une offre destinée à une audience socialement toujours plus étendue et qui tient le soutien public pour simultanément garant de la viabilité et de la qualité de cette offre et de sa destination publique la plus vaste, voit son horizon se rétrécir et sa légitimité se limiter au principe de résistance à une domination sans retenue des mécanismes de concurrence marchande.

Les pratiques de loisirs culturels ont-elles évolué différemment à Paris et dans les régions ? Un tableau en annexe montre que le comportement des Parisiens freine le déclin des pratiques les plus cultivées (spectacles) et/ou les plus touchées par la concurrence de la télévision (cinéma) et que les rési-

2. Sur ce point, cf. en particulier les travaux de E. FRIEDBERG et P. URFALINO, « La décentralisation culturelle au service de la culture nationale », dans R. MOULIN éd., *Sociologie de l'art*, Paris, La Documentation française, 1986 ; P. URFALINO, « La municipalisation de la culture » dans F. CHAZEL éd., *Pratiques culturelles et politiques de la culture*, Bordeaux, Éditions de la MSH, 1987.

3. On peut suivre ici Linder (1970), qui part du constat que la consommation exige du temps : si la quantité de biens et de services consommés peut s'accroître avec l'élévation du niveau de vie et avec les gains de productivité, le temps, lui, est une ressource rare disponible en quantité limitée. Le consommateur devant partager son temps entre un volume plus important de biens et de services sources de satisfaction, il y a réallocation du temps entre les différentes activités : pour un niveau total de satisfaction recherché, le temps consacré à chaque activité de consommation est réduit, la préférence va aux biens dont l'intensité d'utilisation peut être accrue, aux activités peu chronophages, et aux activités fortement utilisatrices de biens, car ce sont les biens, avec leurs flux constants d'innovations, qui procurent les satisfactions les plus immédiates et les plus rapides. L'accélération recherchée dans la consommation conduit ainsi à un usage accru mais plus bref d'une plus grande variété de biens, à une plus fréquente consommation simultanée de plusieurs biens, à l'utilisation plus éphémère des biens durables.

dents des métropoles régionales et ceux des villes de moins de 100 000 habitants contribuent le plus à la hausse de fréquentation du patrimoine. D'où la structure des inégalités de fréquentation qui, à vingt ans d'intervalle, séparent les diverses catégories de population urbaine (tableau 1) : les écarts se creusent pour les secteurs en déclin (la culture de sortie), se combinent pour la consommation patrimoniale qui progresse globalement, varient assez faiblement pour la lecture (la stagnation est répartie de manière assez homogène)⁴.

TABLEAU 1. — L'évolution des inégalités géographiques dans la pratique de certains loisirs culturels

<i>Loisir pratiqué dans les 12 mois précédent l'enquête</i>	<i>Rapport aggl. par. / villes de + 100 000 h en 1967</i>	<i>Rapport aggl. par. / villes de + 100 000 h en 1988</i>	<i>Rapport aggl. par. / villes de 20 000 à 100 000 h en 1967</i>	<i>Rapport aggl. par. / villes de 20 000 à 100 000 h en 1988</i>
Cinéma au moins une fois par mois	1,15*	1,57	1,53	1,62
Théâtre professionnel au moins une fois par an	1,6	1,97	1,87	1,99
Musées depuis moins d'un an	1,63	1,33	1,86	1,53
Châteaux, monuments depuis moins d'un an	1,36	1,38	1,53	1,37
Sortie le soir au moins une fois par mois	0,99	1,12	1,21	1,23
Lecture d'au moins un livre par mois	1,18	1,16	1,40	1,26

* Chaque valeur figurant dans ce tableau donne le rapport entre taux de pratique des résidents de l'agglomération parisienne et taux de pratique des habitants des deux groupes de villes de la France métropolitaine. Ainsi, si en 1967, un rythme de fréquentation mensuelle des cinémas était déclaré respectivement par 27,6 % de Parisiens et 23,9 % d'habitants des villes de plus de 100 000 habitants, le rapport est de 27,6 %/23,9 % = 1,15.

Source : F. DUMONTIER, H. VALDELIÈVRE, *Les pratiques de loisir vingt ans après : 1967/1987-1988*, Insee, 1989.

Champ : individus âgés de 14 ans et plus.

Peut-on évaluer le « rendement » des investissements publics dans la culture ? Telle qu'elle est mesurée (en taux de pénétration selon les caractéristiques socio-démographiques de la population), l'évolution de la probabilité de consommation culturelle des Français est fortement contrastée pour les deux principaux secteurs bénéficiaires des crédits culturels publics : elle a diminué en moyenne et elle est devenue plus inégale encore, socialement et géographiquement, pour le secteur des spectacles, alors qu'à l'inverse, la

4. La mesure ici présentée des inégalités se fonde sur un seuil minimal de fréquence des pratiques. Les inégalités sont beaucoup plus fortes à mesure qu'on s'élève dans l'échelle d'intensité des pratiques : ainsi pour la fréquentation des musées, si le rapport Paris (*stricto sensu*)/métropoles régionales est en 1988 de 1,72 au seuil d'une visite annuelle au moins, il passe à 3,9 pour un rythme annuel de trois visites ou plus.

corrélation entre démocratisation et décentralisation culturelles est positive dans le secteur symboliquement le plus stable de l'offre culturelle, le patrimoine muséal et monumental — qui est aussi le plus dispersé par son implantation géographique, par son contenu, et par les motifs de sa fréquentation, puisqu'y coexistent les profils de sortie culturelle, de visite touristique, de pratique religieuse, de célébration historique et mémoriale.

Ces évolutions, dès lors qu'elles sont mises en regard des transformations structurelles de l'offre culturelle et des caractéristiques socio-démographiques de la demande, entament le crédit de l'idéal régulateur que demeure le principe de démocratisation culturelle.

Paris, creuset de l'essor culturel

Pour rendre compte de la fonction de Paris dans l'ensemble culturel français, précisons, comme nous le permet l'enquête plus complète de l'Insee de 1988, la mesure de la consommation culturelle en segmentant plus finement la catégorie de résidence, de manière à isoler les Parisiens du reste de l'agglomération parisienne et à relier les comportements spécifiques de consommation des Parisiens à l'exceptionnelle concentration de l'offre culturelle dans Paris même.

A la lecture des données extraites de l'enquête de l'Insee de 1988 (tableaux en annexe), trois constats s'imposent :

— la forte corrélation entre la probabilité des sorties culturelles et le lieu de résidence crée des dénivellations marquées entre Paris, l'agglomération parisienne, les métropoles régionales et les villes de 20 000 à 100 000 habitants, et ce pour tous les types de loisirs culturels étudiés. A l'inverse, les écarts sont beaucoup plus faibles pour les taux d'équipement et d'utilisation des biens audiovisuels. Ils s'inversent même dans le cas de la télévision, que les Parisiens sont moins nombreux à posséder et à regarder que tous les autres Français ;

— la pente des inégalités qui séparent Paris des autres catégories de communes est d'autant plus forte que l'intensité déclarée de la pratique est plus élevée : les Parisiens sont non seulement plus nombreux à fréquenter les spectacles mais aussi beaucoup plus nombreux à les fréquenter souvent, tout comme ils achètent et lisent davantage de livres. D'où le poids plus considérable de la consommation culturelle parisienne, dans les flux de fréquentation et d'achat⁵. Dans le cas du livre et du cinéma, le phénomène est particulièrement remarquable puisqu'il s'agit de biens culturels reproductibles et donc, par définition, candidats à l'ubiquité, à la différence des spectacles vivants ;

— les écarts entre Paris et les autres catégories d'agglomération sont

5. Les théâtres parisiens attirent environ la moitié du public du théâtre pour la France entière (cf. ABIRACHED, 1992). Les éditeurs et distributeurs de livres réalisent la moitié de leur chiffre d'affaires en France avec les librairies et les points de vente de l'agglomération parisienne (BOUVAIST, BOIN, 1986). Dans le marché du film, pour une offre représentant quelque 8 % du volume total de fauteuils et de salles en France, les cinémas parisiens ont drainé en 1992 quelque 24 % de la fréquentation totale du cinéma et procuré 25 % des recettes d'entrée (CNC Info, avril-mai 1993).

hiérarchisés selon les caractéristiques de l'offre : la pratique des loisirs culturels savants (concerts classiques, opéra, théâtre, expositions artistiques), dont on sait combien elle varie avec le niveau d'instruction et la position socio-économique qui lui est liée, distingue les consommateurs parisiens des autres catégories de résidents davantage que la fréquentation des spectacles de musique de variété ou la visite des châteaux et monuments. De même, l'équipement des foyers en biens culturels, quoique globalement plus homogène, isole d'autant plus nettement les habitants de l'agglomération parisienne que le bien est d'invention récente et suit le cycle bien connu de la diffusion de l'innovation en cascade (cas du lecteur de disques compacts) ou qu'il sollicite des dispositions directement corrélées avec le niveau d'instruction (cas de la possession de livres).

Ces écarts s'expliquent tout à la fois par des effets de structure et par l'effet d'entraînement de l'offre. Les effets de structure expriment la concentration dans la capitale et dans la région parisienne d'une population en moyenne plus diplômée, plus fortunée et où les catégories sociales fortement consommatrices de biens et services culturels sont donc surreprésentées (cf. tableau en annexe). La structure de la population parisienne a par ailleurs ceci de particulier qu'elle concentre les segments qui sont les cibles directes de l'offre culturelle savante soutenue par des financements publics : professions intellectuelles et scientifiques, professeurs, professions artistiques et para-artistiques, cadres supérieurs du secteur public, étudiants, toutes catégories dont la demande est plus forte, plus diversifiée et plus encline à la prise de risque en matière culturelle, notamment à travers l'intérêt porté à la création contemporaine et la réceptivité à l'égard de l'innovation (Menger, 1986). La structure du budget des ménages parisiens traduit cet avantage : les dépenses pour la culture y représentent 4,6 % du budget total, contre 3,4 % pour la moyenne des Français (Donnat, 1989). S'appliquant à des revenus et à des dépenses de consommation de plus de 20 % supérieures à la moyenne métropolitaine, cet écart explique que les dépenses culturelles des Parisiens puissent être supérieures de 50 % à la moyenne (*ibid.*).

Pour des catégories socioprofessionnelles identiques, l'analyse fait apparaître, entre Paris et la province, des différences de comportement liées à l'environnement⁶. L'effet d'offre est évident : la quantité, la variété, la disponibilité et la vitesse de renouvellement de l'offre culturelle, dans tout ce qui n'est pas transmis par support audiovisuel, ont une valeur incitative directe, de même que la qualité et la vitesse de circulation de l'information culturelle diffusée par les médias ou transmise par les réseaux de sociabilité interindi-

6. L'enquête sur *Les Pratiques culturelles des Français* de 1988-1989 montre que « selon les catégories, les écarts de probabilités d'accès à la culture de sorties [entre Parisiens et provinciaux] s'échelonnent entre 21 points (les cadres) et 28 points (les employés et les ouvriers) » (DONNAT, COGNEAU, 1990, p. 217). Précisons que, par construction, participant d'une « culture de sorties » ceux des enquêtés qui déclaraient au moins l'une des pratiques suivantes : avoir visité 10 fois ou plus l'un des lieux suivants — musée, exposition, galerie d'art, monument historique —, être allé 5 fois ou plus à un concert, à un spectacle d'opéra, au théâtre ou à un spectacle de danse, avoir mangé au restaurant au moins une fois par semaine, être allé au cinéma au moins deux fois par mois, être allé à des concerts de rock trois fois ou plus, lire régulièrement *Le Monde*, *Libération*, ou *Le Figaro*.

ESPACES DE L'ART

viduels. Ces traits déterminent largement le caractère exceptionnel de la consommation culturelle dans la capitale.

Cela conduit à décrire le public non plus seulement en termes de probabilités de consommation, selon l'intensité des corrélations avec les caractéristiques socio-démographiques dont sont porteurs les individus, mais encore par les rôles multiples que tiennent les membres des cercles les plus rapprochés des producteurs, rôles de soutien, de valorisation, de mobilisation de réseaux d'interconnaissance.

La concentration géographique de l'offre culturelle et son évolution

L'implantation majoritaire des artistes et des entreprises de production culturelle dans la capitale est une caractéristique ancienne du système français d'organisation de la vie artistique. Une tradition multiséculaire de centralisation économique et administrative a établi et enraciné dans l'agglomération parisienne, et même essentiellement dans les murs de Paris, la plupart des institutions majeures de formation, de production, de diffusion et de conservation artistiques, des activités de conception et de réalisation des produits de l'industrie culturelle (cinéma, télévision, édition, production phonographique), et d'une forte majorité des diverses catégories de professionnels des mondes de l'art.

Pour qui voudrait quitter le registre de l'analyse globale, mi-savante, mi-intuitive, quant à la continuité historique de l'hégémonie parisienne dans la sphère de la production culturelle, il serait sans doute techniquement difficile de construire un indice robuste de concentration de la vie culturelle française dans la capitale, pour une assez longue période historique. Mais pour la période actuelle, des études sectorielles nous fournissent une approximation assez bonne de la concentration des entreprises et des ressources humaines directement impliquées dans les principaux secteurs de la production artistique.

Les diverses enquêtes sociologiques menées depuis quinze ans sur les populations de créateurs contemporains vivant en France (écrivains, compositeurs, artistes plasticiens, auteurs et réalisateurs de cinéma, photographes d'art) (Menger, 1983 ; Moulin, Passeron *et al.*, 1985 ; Vessillier, 1983 et 1989) ont montré qu'environ 40 % à 45 % d'entre eux sont nés à Paris ou dans la région parisienne (contre 12 % de la population française dans son ensemble selon le recensement de 1982), ce pourcentage s'élevant à 50 % et plus si l'on ne retient que les créateurs nés en France. Les indications sur la résidence des créateurs sont plus franches et plus significatives encore : Paris et sa région attirent en moyenne de 70 % à 80 % d'entre eux (dont plus des deux tiers vivent à Paris même), alors que, selon le recensement de 1990, 19,8 % de la population active vit en région parisienne, dont 3,8 % à Paris. Parmi les quelque 6 000 créateurs ayant le statut d'auteurs (écrivains, auteurs dramatiques, auteurs compositeurs de musique, réalisateurs de cinéma, illustrateurs, photographes) et suffisamment professionnalisés pour bénéficier du régime spécifique de protection sociale qui leur est ouvert, 75,5 % résident dans l'agglomération parisienne, et 51 % à Paris même,

selon les statistiques les plus récentes de l'organisme gestionnaire de la sécurité sociale des auteurs⁷.

Les artistes interprètes du spectacle (comédiens, musiciens, danseurs, chanteurs), qui fournissent les plus gros effectifs de la population des artistes professionnels, sont concentrés sur Paris et sa région dans des proportions comparables : on y trouve ainsi près de 70 % des artistes et techniciens du spectacle et de l'audiovisuel, selon les statistiques du recensement de 1982. Cette valeur est confirmée par les enquêtes monographiques disponibles sur les divers segments de la population des artistes interprètes, puisque les proportions oscillent entre 60 % et plus de 80 % selon les métiers⁸. Même sur des marchés par vocation décentralisés comme celui de la construction architecturale, les praticiens sont fortement attirés au centre de l'espace : ainsi, près de 40 % des architectes inscrits à l'ordre à la fin de 1991 étaient implantés en Ile-de-France (Moulin, Champy, 1993).

Les données sur les entreprises de production et de diffusion liées à ces secteurs de la création sont tout aussi franches. 529 des 848 galeries d'art cotisant à la Maison des Artistes en 1988 étaient implantées dans Paris *intra muros* ; l'effervescence du marché de l'art, dans les deux années suivantes, a favorisé la multiplication des galeries nouvelles, mais sans guère affaiblir la suprématie parisienne, puisque sur les 1077 galeries recensées en 1990, 625 étaient parisiennes (cf. Moulin, 1992, et Rouget, Sagot-Duvauroux, Pflieger, 1991).

Plus significatives que les données sur la population d'entreprises, qui ne disent rien du poids économique de celles-ci, sont les statistiques de concentration selon le volume d'activité et le chiffre d'affaires. Ainsi, dans l'édition,

la concentration parisienne [...] peut être rappelée en quelques chiffres : plus de 85 % des titres nouveaux sont édités à Paris, les éditeurs parisiens réalisent plus de 95 % du chiffre d'affaires de l'édition française ; les sociétés de distribution appartiennent à des éditeurs français et se sont installées en banlieue parisienne au début des années 1970 ; les grands groupes d'édition parisiens ont racheté ou contrôlent la quasi-totalité des grossistes régionaux.

Dans ce lieu de rencontre économie-culture que constitue l'édition, la prépondérance de la capitale demeure donc écrasante et la concentration des groupes d'édition industrielle est complétée par la concentration et l'impérialisme des réseaux de distribution et de consécration. La croissance s'est arrêtée, sans que pour autant les grandes entreprises favorisent l'essaimage en province de petites filiales. L'idée d'une plus grande proximité entre la production et les marchés de la consommation a été réduite au déve-

7. Je remercie Madame Annie Allain, directeur de l'Agessa, de m'avoir communiqué ces données.

8. Selon une étude de l'Unedic de 1989, 57 % des intermittents du spectacle (artistes, cadres, techniciens et ouvriers) bénéficiaires du régime d'assurance chômage propre au cinéma et au spectacle en 1988 étaient domiciliés à Paris même, et 16 % dans la région parisienne. Le bénéfice des allocations de chômage étant, dans les métiers du cinéma et du spectacle, un indice majeur de professionnalité, les chiffres cités donnent une bonne approximation du degré de concentration spatiale des professionnels de ces secteurs.

ESPACES DE L'ART

loppement de centres régionaux de distribution, l'essentiel de la production restant conçu à Paris et promu depuis Paris (Bouvaist, Boin, 1986, pp. 165-166).

Les résultats tirés d'une recherche en cours sur l'emploi dans le spectacle vivant et l'audiovisuel⁹ permettent de cerner semblablement la réalité de la concentration spatiale de l'activité dans ces branches. Pour construire les trois indicateurs du tableau 2, nous avons examiné les masses agrégées de temps d'emploi et de rémunération déclarées en 1991 par les employeurs pour l'embauche des artistes et des personnels technico-artistiques, sur contrat d'intermittent, et nous avons calculé la part que représente l'activité des employeurs implantés à Paris et dans sa région. On voit qu'en 1986 et plus encore en 1991, l'indice s'élève fortement quand la concentration est exprimée non plus à partir de la population des entreprises, mais à partir des niveaux agrégés d'activité des employeurs et donc en fonction du poids économique des entreprises dans le secteur. Constat non moins remarquable, les employeurs de l'audiovisuel sont beaucoup plus massivement regroupés que ceux du spectacle vivant : si le fort besoin en main-d'œuvre est une caractéristique commune aux deux secteurs, l'intensité capitaliste des entreprises de l'audiovisuel est un facteur explicatif spécifique de leur plus forte concentration spatiale. Enfin, si la structure des écarts entre Paris et les régions varie peu à cinq ans d'intervalle, ce qui suffirait à mettre en question l'ambition d'une meilleure répartition spatiale de ces activités, les modifications observées vont dans le sens d'une plus grande inégalité des espérances de gains.

TABLEAU 2. — La concentration spatiale de l'emploi dans les arts du spectacle en 1986 et 1991

Indicateurs de concentration	Spectacle vivant		Audiovisuel	
	1986	1991	1986	1991
Taux d'entreprises implantées dans Paris et sa région	43,5 %	43,1 %	82,8 %	76,5 %
Part des entreprises de Paris et de sa région dans le volume total de journées travaillées	56,6 %	57,4 %	96 %	94,8 %
Part des entreprises de Paris et de sa région dans le volume total des rémunérations versées	56,7 %	69,5 %	91,3 %	95,7 %

Source : données de la Caisse des Congés Spectacles exploitées par le Centre de Sociologie des Arts et le Cereq.

9. Les données présentées sont extraites d'une recherche en cours du Centre de Sociologie des Arts et du Cereq sur les artistes et les collaborateurs technico-artistiques intermittents du spectacle, menée par P.-M. Menger, J. Rannou et S. Vari.

La domination parisienne apparaît tout à la fois évidente et banale, à travers ces diverses indications chiffrées. Les taux de concentration spatiale des artistes et des firmes présentés, si précise soit leur mesure, risquent d'inciter à une vision exagérément statique — analytiquement décevante et sujette à caution —, d'autant qu'ils résultent d'enquêtes sectorielles ou de données administratives prélevées dans des conditions et à des dates différentes au long de la décennie écoulée. N'est-il pas en effet commode de postuler une stabilité temporelle des faits morphologiques et de tenir pour marginales des variations, faute de pouvoir travailler sur des séries temporelles homogènes pour chacune des populations et activités examinées ?

Les évolutions récentes ne sont pourtant pas inaccessibles. Nous disposons d'une source robuste de mesure statistique périodique depuis la refonte de la nomenclature des catégories socioprofessionnelles de l'Insee mise en œuvre en 1982, avec la série des *Enquêtes sur l'Emploi* de l'Insee. Assurément moins précises sur les différentes professions que les travaux monographiques, elles ont l'avantage de mesurer l'évolution des effectifs et de leur distribution spatiale selon une définition homogène des activités. De ces enquêtes ont été extraites, et exploitées dans le tableau 3, les données relatives à la catégorie « Professions de l'information, des arts et du spectacle » (catégorie insécable dans l'exploitation première des données diffusée par l'Insee) pour la période 1982-1991.

TABLEAU 3. — L'évolution des effectifs des professions de l'information, des arts et du spectacle et de leur implantation dans l'agglomération parisienne entre 1982 et 1991

Illustration non autorisée à la diffusion

Source : *Enquêtes sur l'Emploi* de l'Insee de 1982, 1985, 1988 et 1991.

ESPACES DE L'ART

Trois constats peuvent être faits :

— la forte croissance des effectifs dans les professions artistiques et les professions de l'information est supérieure à celle de l'ensemble « Cadres et professions intellectuelles supérieures ». Le fait est d'autant plus remarquable que ce groupe des « Cadres et professions intellectuelles supérieures » a, proportionnellement, connu la plus forte augmentation d'effectifs dans la population active dans les dix années écoulées ;

— les artistes et professionnels de l'information sont, de toutes les catégories d'actifs, la plus implantée dans Paris et son agglomération, puisqu'ils y concentrent plus de la moitié de leurs effectifs : 54,1 % en 1991, contre 42,2 % pour les cadres d'entreprise, 25,2 % pour les professeurs et professions scientifiques, l'ensemble des cadres et professions intellectuelles supérieures comptant dans l'agglomération 35,2 % de ses membres. Les professionnels qui nous concernent sont, proportionnellement, près de trois fois plus parisiens que la moyenne de la population active ;

— les artistes et les professionnels de l'information sont la catégorie d'actifs qui a connu la plus forte accélération de sa concentration géographique dans la capitale. Peu de professions ont renforcé leur implantation dans l'agglomération parisienne dans la dernière décennie : les artisans, les professions libérales et les cadres de la fonction publique, auxquels il serait aisément de montrer que l'organisation des professions artistiques emprunte différentes caractéristiques essentielles, appartiennent à ce petit nombre d'exceptions, mais pour des taux de concentration qui ont progressé beaucoup plus faiblement que chez les artistes et les professionnels de l'information¹⁰.

De ce bref examen de l'évolution décennale, il faut conclure à une corrélation positive, et sans équivalent, entre expansion des effectifs et niveau de concentration géographique des professionnels qui nous intéressent dans l'agglomération parisienne. Or, d'une part, la consommation de biens culturels, stagnante ou déclinante dans certains secteurs clés du marché du travail artistique comme les arts du spectacle, n'a pas pu avoir, globalement, d'effet d'entraînement direct sur les chances de professionnalisation d'un nombre accru d'artistes. D'autre part, le développement des investissements culturels des collectivités locales, depuis quinze ans, aurait dû contribuer à une déconcentration du marché de l'emploi. Comment expliquer ces deux paradoxes ?

10. On pourrait nous objecter que la catégorie considérée est hybride et que la présence des professions de l'information peut, par son évolution propre, déformer les caractéristiques de la catégorie. La comparaison des recensements de la population de 1982 et 1990, qui exploitent des échantillons beaucoup plus vastes et autorisent une décomposition plus fine des professions, confirme, pour les seules professions artistiques, le taux de progression (+ 52 %) et la concentration élevée dans l'agglomération parisienne (55,8 % en 1990).

Les mouvements désaccordés de l'offre de travail et de la demande de biens culturels

Les facteurs conjoncturels responsables de l'augmentation de la population de professionnels sont de plusieurs ordres. Le raccourcissement du cycle de vie des produits de l'industrie culturelle ou des innovations lancées sur le marché de l'art provoque, selon un mouvement de causalité circulaire, la recherche plus fiévreuse et plus spéculative de jeunes talents plus rapidement déclassés. La multiplication des radios et télévisions de statut privé a stimulé la croissance de la production de programmes audiovisuels. Les investissements publics dans le secteur culturel ont agi directement sur l'emploi et la demande de travail dans les secteurs fortement consommateurs de main-d'œuvre (les arts du spectacle). La politique publique de soutien à la création et à la production artistiques a élargi la gamme des mesures visant à socialiser le risque que prennent les candidats à une carrière artistique, ce qui peut aussi être compris comme le bénéfice indirect de la sacralisation des créateurs du passé, alors même que ces génies consacrés et universellement célébrés fixent et figent sur eux une grande partie des préférences du public profane et repoussent ainsi l'horizon de la consécration des artistes contemporains, leurs héritiers statutaires.

Or l'une des particularités paradoxales de ces transformations réside dans leurs effets multiplicativeurs, et non point seulement proportionnels, sur l'emploi artistique. Ainsi, si le secteur de l'audiovisuel a, par son développement, procuré un volume accru de travail artistique et technico-artistique en relation avec une progression de la consommation, il serait hasardeux d'en conclure à un gain net d'emplois proportionnel à la croissance de l'offre de programmes audiovisuels originaux de divertissement et de loisir. Car parmi les facteurs qui contribuent à la disjonction entre offre d'emploi et consommation des biens audiovisuels figure la transformation du fonctionnement du marché de l'emploi lui-même et le recours croissant à l'intermittence. Celle-ci a pour double effet de disperser sur un plus grand nombre d'individus le volume de travail demandé par les entreprises et de faire dépendre chaque artiste ainsi employé fragmentairement d'un nombre élevé d'employeurs, le cumul d'engagements auxquels est tenu l'artiste favorisant une mobilité qui brouille les effets sectoriels d'une variation de la demande sur le niveau d'emploi (Menger, 1993 ; Rannou et Vari, 1993). La même analyse vaut *a fortiori* pour les secteurs d'activité artistique qui ont depuis longtemps déjà recours quasi exclusivement à l'emploi intermittent, soit l'ensemble du spectacle vivant (à l'exception des emplois artistiques permanents dans les orchestres et théâtres lyriques permanents, dans la troupe de ballet de l'Opéra de Paris et à la Comédie Française) et de la production cinématographique.

L'intervention publique sur les marchés artistiques contribue, elle aussi, par principe, à la dissociation entre production et consommation : les activités subventionnées par les collectivités publiques ont leur économie propre, mixte entre les contraintes exercées par la consommation marchande — pour la part de leur activité qui dépend de l'autofinancement — et les arbi-

trages qualité/efficacité qui déterminent l'accès aux ressources publiques (Le Pen, 1982 ; Dupuis, 1983). L'une des conséquences de cette économie du subventionnement est de ne faire dépendre que partiellement, voire secondairement (au moins pour un temps), le niveau d'activité des organisations du volume de la demande publique. D'où un niveau d'emploi de personnels artistiques qui peut varier plus directement avec l'exigence de qualité et la hauteur des ambitions artistiques (arguments majeurs sur le marché des subventions) qu'avec le volume de public et de recettes d'entrée.

Mais les relations désaccordées entre consommation culturelle et fonctionnement du marché de l'emploi artistique ont aussi des caractéristiques structurelles.

Un certain nombre de travaux historiques ont souligné les effets des mouvements d'expansion des marchés culturels sur la démographie professionnelle. Ceux qui nous intéressent directement portent sur le XIX^e et le XX^e siècle, et notamment sur les périodes de développement rapide de la production culturelle et de professionnalisation des artistes et créateurs.

Graña (1964) a, le premier, décrit les principaux traits de l'afflux d'écrivains à Paris dans la première moitié du XIX^e siècle et montré en quoi la surpopulation artistique a contribué à l'invention et au succès des thèmes et des comportements de la bohème artistique. L'absence de barrières visibles à l'entrée dans le monde des lettres conférait au métier d'écrivain une séduction exceptionnelle. Incarnation particulière du *self made man*, l'écrivain avait toute liberté de s'autodéfinir comme créateur, en l'absence d'un exercice univoque de la profession et de toute exigence d'une compétence certifiée. Dans une société où l'accès à toutes les autres professions de prestige comparable était gouverné par des mécanismes de sélection rigides, scolaires et/ou sociaux (la fortune, le capital de relations, l'héritage social), l'entrée de plain-pied dans un monde des lettres où les réussites étaient à la fois spectaculaires et imprévisibles en faisait une zone d'apparent indéterminisme social (Charle, 1985). Celle-ci avait tout pour attirer une population hétérogène, en mobilité sociale — étudiants découragés par l'échec, candidats à la promotion sociale venus de province et se détournant des métiers sûrs, mais routiniers ou difficiles d'accès, pour gonfler la population des auteurs en quête de succès plus rapides : des individus socialement déclassés et tentés par la marginalité de la vie d'artiste.

Étudiant l'expansion des activités musicales et leur professionnalisation en Angleterre, Ehrlich (1985) a montré comment, tandis que le nombre des candidats à une carrière professionnelle croissait rapidement à la fin du XIX^e siècle, Londres avait attiré une proportion sans cesse plus élevée de musiciens et comment la concentration londonienne était allée de pair avec le développement d'écoles et d'organismes professionnels et syndicaux contrôlant la qualité et l'embauche des artistes, afin d'élever les barrières à l'entrée dans des professions progressivement « encombrées ». Lenman (1989) a, de même, examiné la relation entre le développement du marché de l'art dans les grandes métropoles allemandes à la fin du XIX^e siècle et la multiplication des candidats à une carrière artistique.

Enfin, H. et C. White (1991) ont vu dans la centralisation parisienne du monde des arts plastiques l'un des facteurs du déclin du système acadé-

mique, du fait de l'afflux des candidats à une carrière et de l'engorgement progressif des structures de consécration censées réguler la concurrence et le *cursus honorum* des peintres, et l'une des conditions de l'émergence de la France et de sa capitale comme le centre mondial de la peinture au XIX^e siècle.

Ces travaux historiques et sociologiques ont en commun de mettre en évidence certaines conséquences paradoxales des « booms culturels » quant au déséquilibre croissant du marché de l'emploi artistique qui les accompagne. Le problème est triple.

D'une part, un accroissement de la demande artistique ne se distribue pas également entre l'ensemble des artistes candidats à la consécration, en raison des très forts biais de préférence des consommateurs en faveur des artistes les plus reconnus. D'où le fait, pointé par Rosen (1981), qu'une croissance de la demande culturelle (par l'augmentation du nombre des consommateurs ou l'intensification de leur consommation) a pour double effet d'attirer de nouveaux artistes dans le secteur considéré, mais aussi d'amplifier simultanément les écarts de réussite. Car si c'est bien la rareté même d'un talent qui, à plus ou moins long terme, vaut à son détenteur des profits importants, nul ne peut, *ex ante*, estimer correctement la valeur de ses compétences et les chances qu'il aura de les faire reconnaître et apprécier comme les manifestations d'un talent exceptionnel. L'accroissement peut, en revanche, s'accompagner d'une expansion des emplois adjacents qui fournissent aux artistes certaines de leurs ressources économiques pendant toute la période (souvent aussi longue que la carrière elle-même) où le travail de vocation n'est pas suffisamment rémunérateur.

D'autre part, les variations de la consommation et de la demande corrélative de travail artistique retentissent à une vitesse inégale sur l'évolution de l'offre. Quand s'accroît la consommation de spectacles et la demande de services pédagogiques, l'ajustement de l'offre s'opère sans difficultés ni retards importants, ne serait-ce que grâce au prélèvement temporaire d'effectifs dans ces réserves de personnel que constituent les amateurs, ou les semi-professionnels exerçant à temps partiel ou occasionnellement. Mais quand la courbe de la demande de travail artistique décline durablement, l'ajustement est beaucoup plus difficile. Les établissements d'enseignement artistique s'adaptent avec peine et retard à la contraction du marché du travail ; la précocité de l'engagement dans une formation artistique, nécessaire à l'apprentissage des métiers techniquement difficiles et longs à maîtriser, est un facteur inflationniste puisque, dans la période de boom artistique, sont attirés des élèves dont, en bout de course, non seulement les talents et les chances de réussite se seront révélés inégaux, mais encore les capacités d'insertion auront été réduites par la baisse de la demande ; enfin, la structure même des débouchés professionnels constitue un autre facteur d'inélasticité car c'est vers les métiers de l'enseignement, qui forment déjà un débouché majeur en période de croissance des effectifs professionnels, que se tournent ceux qui affrontent en surnombre une concurrence accrue pour l'accès aux positions les plus recherchées, quand celles-ci se raréfient. Et le cercle se boucle puisque la surproduction d'apprentis artistes s'entretient ainsi elle-même.

ESPACES DE L'ART

Ajoutons que l'accroissement de la demande ne distribue pas équitablement ses effets sur tout l'espace de production culturelle. L'imparfaite substitution entre les artistes, révélée par les préférences des consommateurs, engendre certes des écarts de la demande, mais cette explication ne suffit pas à rendre compte d'une extrême polarisation de la réussite économique et artistique dans certains secteurs de la production. Le phénomène des « superstars » (cf. Rosen, *op. cit.*) résulte de ce que les technologies contemporaines de communication et de transport permettent à un vendeur de biens ou de prestations de servir un marché considérablement élargi sans que les coûts de production s'accroissent en proportion de la taille du marché ni que la qualité des biens ou services offerts (ainsi l'écoute d'un disque plutôt que le contact direct avec l'artiste au concert) subisse une dégradation inacceptable. Le cas des biens reproductibles (livres, disques, films, etc.) et des technologies de diffusion et de reproduction de l'image et du son en est la meilleure illustration. L'analyse peut être étendue à d'autres types de biens et prestations artistiques dont le marché s'internationalise à la faveur d'une vitesse accrue de l'information et d'une quasi-ubiquité des principaux acteurs concernés : il n'est pas surprenant que le segment le plus spéculatif du marché contemporain de la peinture présente aujourd'hui tant d'analogies avec l'organisation des industries culturelles, en raison notamment de son internationalisation et de la vitesse d'exploitation de ses nouveautés.

Pourquoi la concentration parisienne ?

Il reste à comprendre la corrélation entre la croissance des effectifs et la concentration géographique qui l'accompagne. Les explications de cette concentration qui nous paraissent les plus appropriées sont de trois ordres : l'entretien d'un réservoir de main-d'œuvre structurellement excédentaire, propre à un système de production en quête permanente de flexibilité ; le prix attaché à l'un des ressorts du travail artistique, la recherche et l'échange continuels d'informations et d'évaluations, tant pour l'orientation propre de l'activité créatrice que pour le fonctionnement du marché de l'emploi artistique ; enfin, les caractères originaux du processus de production culturelle, qui s'apparente par bien des traits au système artisanal.

Sureffectifs et flexibilité

L'exigence de flexibilité dans le système de production culturelle implique la disponibilité d'une importante main-d'œuvre pour les combinaisons chaque fois changeantes de métiers, de compétences et de ressources matérielles à engager dans la réalisation d'un spectacle ou d'une œuvre. Car l'organisation par projet, dominante dans la production artistique, conduit à des solutions (sous-traitance, embauche temporaire et contrats à court terme) qui répondent à l'obligation constante de réorganisation rapide des facteurs de production pour chaque nouvelle entreprise et à une discontinuité imprévisible dans le rythme d'activité (Menger, 1991). L'existence de sureffectifs n'est pas simplement conjoncturelle (bien que le niveau de ceux-ci puisse varier conjoncturellement), elle est structurelle.

Contrairement à une vision courante de la construction aisée du succès par la manipulation cynique d'un ensemble de paramètres bien connus, de tels marchés sont souvent imprévisibles et aléatoires. L'une des stratégies pour réduire l'incertitude du succès est la surproduction, la recherche tâtonnante du succès supposant de multiplier le nombre des œuvres et spectacles candidats à la réussite. D'où la sollicitation d'un nombre élevé d'artistes prêts à réagir rapidement à une offre d'emploi ou de contrat et à se tenir disponibles pour des engagements ultérieurs. La recherche fiévreuse de la réussite et l'indétermination de la concurrence artistique, que favorise la versatilité des consommateurs (au moins sur les segments du marché culturel les plus orientés vers la consommation de masse et vers les profits de court terme), expliquent ensemble qu'un grand nombre d'artistes soient candidats à une carrière, que le succès soit forcément rare et que les artistes doivent trouver des moyens de réduire, par diversification de leurs activités et de leurs mises, les risques professionnels attachés à ces carrières fortement aléatoires.

Pour tous ceux qui, provisoirement ou durablement, ne vivent pas de leur seul métier de vocation, il s'agira, pour se maintenir dans le vivier des artistes employables et en quête d'une percée, de se composer un portefeuille d'activités (artistiques, para-artistiques, non-artistiques) et de ressources (par le travail, la famille, le conjoint, l'entourage, les aides publiques, etc.). A l'évidence, les très grandes métropoles offrent les meilleures chances de constituer et de gérer au mieux ce portefeuille. La taille et la diversité des marchés du travail, pourvoyeurs d'emplois nouveaux ou complémentaires, l'expliquent tout comme la densité des réseaux interindividuels pourvoyeurs d'informations sur de nouveaux projets, sur des soutiens éventuels, sur les moyens d'accès aux aides publiques. Peacock (1970) a, par exemple, montré comment, à Londres — qui est le plus grand centre au monde pour la musique classique —, les musiciens tirent paradoxalement parti de l'insécurité que leur impose le fonctionnement des orchestres en coopératives auto-gérées, faiblement subventionnées et fortement dépendantes des recettes des concerts, pour cumuler leur activité principale avec des engagements au cachet dans les multiples formations ou studios d'enregistrement concentrés dans la capitale¹¹.

11. La situation londonienne décrite par Peacock s'oppose doublement à celle des orchestres britanniques régionaux subventionnés. D'une part, les rémunérations contractuelles et les avantages fiscaux attachés à l'exercice professionnel sont plus importants dans la capitale et le marché des emplois fixes et des emplois occasionnels beaucoup plus large, en raison du nombre des orchestres symphoniques permanents, de celui des formations permanentes ou intermittentes de chambre ou des orchestres spécialisés dans les répertoires de musique ancienne ou contemporaine et de la multiplicité des manifestations réunissant des instrumentistes dans des ensembles *ad hoc* tant dans le secteur classique que pour les prestations dans les studios d'enregistrement de musique de variété ou de film. Par ailleurs, le système d'emploi londonien conduit à des formules contractuelles qui font reposer une bonne part du risque professionnel sur les musiciens, qu'il s'agisse du grand nombre de musiciens *free-lance* engagés au coup par coup, ou de l'organisation des orchestres permanents qui ont conservé le mode de fonctionnement établi au XIX^e siècle de la coopérative auto-gérée et dont les membres partagent leur temps entre leur emploi principal et les engagements extérieurs, sans être assujettis aux contraintes du travail d'orchestre aussi rigoureusement que leurs collègues des formations

Réseaux et échanges d'information

Ce qu'on peut appeler le biotope du travail créateur, son environnement artistique et culturel immédiat, au sens où Lécuyer et Lemaine (1972) ont parlé du biotope des laboratoires de recherche scientifique, a une importance d'autant plus grande que l'activité artistique est faiblement institutionnalisée, davantage exercée en indépendant qu'au sein d'organisations. Même dans des secteurs dotés d'organisations permanentes tels que les orchestres ou les théâtres lyriques, les conservatoires et les écoles d'art, ou encore les organes de presse générateurs d'emplois pour les auteurs littéraires, l'organisation de la carrière repose largement sur les ressources de multiactivité dont ces organisations ne fournissent qu'une partie.

Le vocabulaire des réseaux permet de souligner les deux propriétés essentielles du biotope que constitue un centre urbain dominant : chaque artiste appartient à un ou plusieurs réseaux de pairs qui constituent son groupe immédiat de référence, d'évaluation et de soutien — c'est l'épaisseur communautaire de l'activité créatrice — ; et chacun tisse en même temps un grand nombre de liens avec les diverses catégories d'acteurs intervenant dans la production artistique — c'est la dimension d'interaction dans le cadre de la division sociale du travail de production. Plus la concentration de ces deux sortes d'acteurs — pairs et partenaires — auxquels l'individu est lié par une organisation en réseau est grande, plus la densité des échanges est forte, et plus, conformément au principe durkheimien d'analyse morphologique des densités sociales, la voie s'ouvre à un accroissement simultané des phénomènes d'individualisation des comportements et des choix et à une interdépendance accrue des acteurs dans un système plus complexe d'organisation du travail. D'où la double et ambivalente fonction des réseaux : stimuler la production concurrente d'innovations et la quête individuelle d'originalité, d'une part, abriter les individus des conséquences les plus perturbatrices de l'accroissement de la concurrence, d'autre part. Du portrait par Simpson (1981) des artistes new yorkais résidant à SoHo, on voit bien émerger la dimension communautaire et la fonction d'abri et d'aide des réseaux liant entre eux de petits groupes d'artistes : outre l'économie de soutien mutuel qu'il instaure, le réseau établit les conditions d'un équilibre provisoire entre la nécessité de préserver son originalité, les besoins d'information sur le travail d'autrui et l'aspiration à une évaluation non critique, à une validation discutée du travail individuel hors du contexte de la concurrence de marché. Cet équilibre se modifie ou se détruit selon que l'artiste réussit ou non. En cas d'échec, les réseaux offrent des ressources collectives de rationalisation rassurante et de défense contre le découragement. En cas de succès, la concentration spatiale des artistes et des acteurs du monde de l'art change de signification pour le créateur : les avantages sont ceux de la densité des relations de marché, de l'intensité des interconnaissances et de la vitesse de circulation de l'information ; l'horizon de

subventionnées de province. La densité de la concurrence interindividuelle et ses effets sur le niveau artistique des recrutements compensent une partie des inconvénients liés à la dispersion des emplois du temps individuels.

référence devient la communauté cosmopolite d'artistes et de professionnels réputés.

Le réseau se charge d'une importance organisationnelle croissante à mesure que les activités artistiques requièrent la coopération matérielle d'un nombre grandissant de partenaires. L'exemple le plus pur de la corrélation positive entre la concentration spatiale des artistes et l'efficacité du système d'organisation du travail en réseau est fourni par les arts du spectacle (cinéma, théâtre, danse, spectacles musicaux) : l'organisation par projet y domine, et conduit à un mouvement constant de constitution et de dissolution des équipes réunies pour un spectacle, un film, un concert. L'existence de réseaux apporte des éléments de stabilité qui sont la nécessaire contre-partie de la recherche permanente de flexibilité et de réduction des frais fixes propres à ce secteur du marché du travail artistique : elle facilite les recrutements par cooptation et l'identification des compétences et des talents sur la base des réputations individuelles puisque le système d'emploi, fondé essentiellement sur des contrats de brève durée, interdit de recourir aux procédures trop lentes et trop coûteuses de prospection, de sélection et d'embauche habituellement pratiquées sur le marché du travail qualifié.

Le taux exceptionnellement élevé de concentration des professionnels du spectacle dans l'agglomération parisienne — 68,5 % pour les comédiens et danseurs, 73,4 % pour les cadres artistiques du spectacle, 76,1 % pour les cadres techniques selon les données du recensement de 1990 exploitées par l'Insee — atteste que la réussite, ou au moins l'espérance de réussite, dépendent pour une large part de l'accumulation des engagements générateurs de visibilité artistique, le fait de travailler constituant en lui-même un signal de réputation dans un marché où les séquences d'emploi sont brèves et qui reste dominé par l'aléa des succès et par l'existence permanente de sureffectifs.

Mode de production artisanal et économie d'agglomération

La dernière dimension que nous prenons ici en compte pour expliquer la concentration parisienne touche aux caractéristiques économiques et organisationnelles de la production artistique et des firmes. Maisons d'édition, galeries, éditeurs musicaux graphiques et phonographiques, sociétés de production cinématographique conservent bien des caractéristiques d'entreprises artisanales.

Non seulement leur matière première, l'œuvre créée par un artiste, doit être acquise contractuellement, sur un marché concurrentiel, et au prix de transactions instables dans la durée, mais nombre des fonctions ou des services qu'implique la production peuvent être délégués à des individus travaillant en *free-lance* ou à des firmes extérieures à la société. L'édition en fournit maints exemples : la préparation des manuscrits, la conception et la réalisation des maquettes de couverture, la composition, l'impression, la publicité sont largement sous-traitées à l'extérieur. Des maisons de taille petite ou moyenne recourent à des firmes plus importantes pour la distribution de leurs livres. Comme le soulignent Coser, Kadushin et Powell (1982 ; Powell, 1985), l'édition opère à bien des égards comme une industrie artisa-

nale, parce qu'il est toujours possible à une maison de n'employer qu'un nombre très limité de cadres permanents et de sous-traiter toutes les autres fonctions à des indépendants et des contractants externes : certaines maisons de très grande réputation emploient un personnel particulièrement restreint, mais tirent parti d'un vaste réseau de relations que leur réputation leur a permis de se constituer. A l'autre extrémité du continuum qui va de l'artisanat à la concentration industrielle, on trouve assurément de vastes groupes éditoriaux. Là, la taille et la volonté de moderniser et de rationaliser les activités reposent en partie sur l'internalisation de certaines des fonctions sous-traitées à l'extérieur par des firmes indépendantes et s'accompagne d'un mouvement de concentration horizontale destiné à lier la production éditoriale à d'autres secteurs adjacents — industrie de l'audiovisuel, du divertissement, marché des matériels éducatifs, etc. Mais la variété des stratégies au sein de ces groupes est grande, depuis l'intégration complète jusqu'au contrôle d'unités autonomes agissant comme des centres de production et de profit indépendants, et suffit à signaler que les aspects industriels et artisanaux peuvent coexister au sein d'une même entreprise, et ce en raison des caractéristiques propres de la production culturelle. Car la recherche incessante de nouvelles œuvres à publier et diffuser suppose d'attirer des auteurs non seulement par des espérances de gains mais encore par la réputation de la maison et les services qu'elle peut offrir. Et le caractère prototypique des biens interdit les économies d'échelle, hormis dans les segments de production de masse comme l'édition scolaire ou le livre de poche.

Par ailleurs, comme l'a fait remarquer Carroll (1985) à propos de secteurs industriels comme la presse, l'édition, la production de disques, de petites entreprises spécialisées et de vastes firmes généralistes peuvent non seulement coexister, mais entretenir des liens étroits, à travers un processus de « division de ressources » : le succès de firmes généralistes crée les conditions du succès de firmes spécialisées, les premières opérant auprès de la clientèle la plus vaste et la plus universelle possible et laissant inexploités des segments étroits du marché auxquels s'adressent les secondes, par une connaissance plus intime et plus directe de publics de consommateurs aux préférences très spécifiques¹².

Les firmes sont ainsi reliées par une multiplicité de relations d'interdépendance — par exemple, l'une des firmes utilise un produit d'une autre, des firmes font appel à une même main-d'œuvre, une entreprise innove dans une niche spécialisée, mais dépend d'une autre plus grande pour son financement ou pour la distribution de ses produits. La proximité spatiale facilite et rend moins coûteuse leur activité productive, en allégeant les coûts de transaction et en rendant plus rapidement disponibles des informations qui leur permettent de s'ajuster l'une à l'autre¹³. Les exemples d'une telle concentration abondent dans le cas de Paris et de ses arrondissements, qu'il s'agisse

12. Pour une application à l'édition littéraire, cf. POWELL, 1985 et GUILLOU, MARUANI, 1991; pour une analyse de l'industrie phonographique dans ce sens, cf. HENNION, VIGNOLLE, 1978.

13. Cette économie d'agglomération est ainsi caractérisée par Storper et Walker (1989) : « des industries sont essentiellement des groupes d'activités productives impliquant de multiples unités de production et de nombreuses entreprises et qu'une forme de système de gouvernance permet de tenir ensemble. Ces relations peuvent avoir des structures de coût sensibles à la dis-

des théâtres, des salles de concert, des studios d'enregistrement et des studios de tournage, des studios de post-production, des sociétés de production cinématographique et de production phonographique, ou, dans d'autres secteurs de production culturelle, des éditeurs et des galeristes. D'où la liaison fréquemment observée entre l'inscription urbaine et la germination des innovations culturelles, grâce à la « disponibilité d'une main-d'œuvre aux talents variés et de capitaux prêts à s'aventurer », pour reprendre l'explication qu'E. Hoover appliquait à l'émergence de nouvelles industries dans des centres industriels établis (cité par Storper et Walker, 1989).

Dans la théorie « écologique » des effets externes d'agglomération des entreprises qu'il a développée voici plus de vingt-cinq ans, Stinchcombe (1968) insistait sur les gains informationnels procurés par la concentration spatiale, notamment pour ce qui est des marchés de biens fortement individualisés (tels que les œuvres d'art, la haute couture ou la joaillerie) et des marchés imprévisibles. Or l'une des caractéristiques associées au fonctionnement de ces marchés est, selon Stinchcombe, la formation de coalitions d'acteurs œuvrant ensemble à la réduction des risques qu'implique le destin commercial incertain des innovations. Le fonctionnement actuel du marché de l'art, tel que l'a parfaitement analysé Raymonde Moulin (1992), révèle toute l'importance des interdépendances entre acteurs culturels (conservateurs, historiens d'art, critiques), acteurs économiques (marchands, commissaires-priseurs, collectionneurs) et acteurs politico-administratifs (administrateurs culturels, élus locaux) : depuis la coopération tacite ou la complicité involontaire jusqu'à l'action concertée ou à la collusion, les multiples formes identifiées d'action collective coalisée organisent la double valorisation esthétique et financière des œuvres et des mouvements sur le court terme, quand l'incertitude sur la valeur des nouveautés est maximale et que l'asymétrie d'information sur le jeu des évaluations est la plus aisée à exploiter. Or le marché de l'art possède la double propriété d'être très fortement internationalisé et d'être centré sur quelques grandes métropoles mondiales, selon un maillage qui s'apparente à celui des marchés financiers, en raison des interdépendances entre ces deux univers. A l'évidence, cette configuration spatiale joue un rôle fonctionnel majeur dans la constitution des relations d'interdépendance entre les acteurs économiques, culturels et politiques comme dans la vitesse de collecte et de circulation des informations indispensables aux décisions. Ces relations ne peuvent être totalement dématérialisées¹⁴.

La formation de coalitions doit cependant n'être considérée que comme

tribution spatiale des entreprises, notamment là où les relations de transaction entre unités de production sont particulièrement denses. Plus les coûts par transaction sont élevés, plus la probabilité est grande de voir les firmes s'agrégner pour les réduire. Trois types de transactions sont spécialement sensibles aux distances : celles qui ne peuvent pas être standardisées — autrement dit celles qui sont imprévisibles — et qui exigent de fréquentes recherches, comme c'est le cas lorsque les marchés et les conceptions des produits changent fréquemment ; les liens fondés sur des transactions de faible volume qui ne peuvent pas bénéficier d'économies d'échelle sur les coûts de transport ; les liens posant des problèmes qu'il faut résoudre par des contacts ou des renégociations personnalisés » (M. STORPER, R. WALKER, 1989, pp. 139-140) (traduit par nous).

14. Comme le précise Stinchcombe, « la formation de coalitions exige qu'on dispose d'une information précise et détaillée sur les engagements qu'autrui est en train de contracter. Ces

l'une des modalités de l'action collective engagée dans toute production artistique, celle qui exploite systématiquement les propriétés stratégiques des interactions pour agir rapidement sur le processus de valorisation des œuvres et réduire l'incertitude sur les réputations des artistes ou des créations nouvelles. C'est elle qui nourrit l'assimilation si répandue entre la concentration culturelle parisienne et le pouvoir de manipulation des valeurs imputé aux acteurs opérant dans un aussi dense espace d'interaction et d'interconnaissance.

Le pouvoir de structuration des réseaux, la « spécialisation souple » (Piore, Sabel, 1989 ; Storper, 1989) dans le cadre d'un mode de production de type artisanal, la constitution de coalitions sont autant de spécifications de la nature collective du travail artistique. Car celui-ci implique simultanément une très forte différenciation des biens et des activités (la nouveauté et l'originalité sont les dimensions cardinales de l'activité ordinaire des mondes de l'art) ; un haut degré d'individualisation des comportements et des choix d'où procèdent les inventions ; et la nécessaire collaboration d'une grande variété d'acteurs appelés à faire passer les produits singuliers de l'imagination créatrice par l'épreuve de l'évaluation généralisante et par le processus d'homologation, de catégorisation, d'interprétation, de diffusion et de conservation, qui seul peut, à plus ou moins long terme, procurer aux œuvres leur audience et leur inscription dans la durée. Il faut y insister après Becker (1988) : il ne s'agit là pas tant d'une succession d'activités différencierées selon une simple logique de division du travail que de relations d'interdépendance dont la densité et la mobilité caractérisent en propre tant la dynamique intersubjective que la validation sociale de l'activité créatrice. Et rappeler que les rôles tenus par les acteurs des mondes de l'art sont fréquemment polyvalents ; ils démultiplient ainsi les effets de proximité spatiale des individus en relation, tels que l'efficacité des réseaux et la vitesse de circulation de l'information qu'ils convoient.

L'ambivalence de l'action de l'État : la politique culturelle entre décentralisation et internationalisation

Le modèle français de vie culturelle est inséparable de l'intervention publique dans le domaine des arts. L'État, dont le soutien aux activités novatrices et aux secteurs artistiques impuissants à s'autofinancer est décisif, doit arbitrer entre l'hégémonie de la capitale et la concentration sur Paris des investissements culturels publics qui procurent au pays du prestige et consolident son rang dans la vie culturelle internationale, d'un côté, et les idéaux de démocratisation et de décentralisation culturelles, de l'autre. La seule solution politique pour agir simultanément sur les deux plans est d'accroître

engagements eux-mêmes dépendent d'engagements contractés par d'autres encore. L'interdépendance étroite qui doit exister entre les éléments constitutifs de la coalition suppose pour chacun de savoir précisément comment interpréter les intentions d'action des autres. Ce savoir partagé sur quoi repose la confiance mutuelle dépend généralement dans une large mesure de contacts en face à face entre des membres potentiels d'une coalition qui alternent avancées et marches arrière tout au long du processus conduisant graduellement aux engagements ultimes » (A. STINCHCOMBE, 1968, p. 271).

significativement les investissements publics, ce qui permet d'orchestrer la décentralisation à travers l'effet d'entraînement de la politique gouvernementale sur l'action des élus locaux ainsi que de développer et moderniser les institutions culturelles publiques parisiennes symboles d'excellence artistique.

Nous avons vu plus haut quel avait été l'effet d'entraînement des dépenses du ministère de la Culture sur les dépenses culturelles des collectivités locales. Or, dans les années 1980, qui ont été en France des années de croissance exceptionnellement forte des crédits publics pour la culture, la répartition des crédits du ministère de la Culture entre Paris et la province a évolué comme suit :

TABLEAU 4. — Répartition comparée des dépenses du ministère de la Culture entre Paris, l'Ile-de-France et la Province de 1981 à 1988

Illustration non autorisée à la diffusion

Sources : *La politique culturelle de la France*, Paris, La Documentation française, 1988, pour les données sur l'année 1981, et ministère de la Culture, Département d'Études et de Prospective, pour les données sur les années 1986 et 1988.

Le paradoxe d'une décentralisation recentralisatrice, orchestrée par l'État providence culturel depuis la capitale, que les chiffres du tableau 4 suggèrent, a pour origine très concrète l'importance prise par les « grands travaux » dans les crédits du ministère de la Culture¹⁵. L'effet cumulé de la concentration, au long de l'histoire, des investissements culturels majeurs sur le site parisien est aujourd'hui d'autant plus perceptible que les contraintes d'entretien et de renouvellement de cet imposant stock patrimonial ont déclenché, depuis une décennie, une ambitieuse politique de « grands travaux » consistant pour une bonne part à moderniser le parc institutionnel le plus prestigieux (Opéra, Musée du Louvre, Conservatoire de Paris, Bibliothèque nationale, etc.). À travers l'évolution de cette politique récente, un jeu des références symboliques se révèle, qui manifeste la tension entre un objectif de portée internationale — assurer à Paris un rôle prééminent sur le marché culturel de prestige — et l'ambition de revitaliser, depuis le centre, les politiques culturelles et architecturales antérieures de la nation, y compris en se référant à des événements et lieux symboliques de l'histoire nationale (Urfalino, 1994).

Une hégémonie parisienne renforcée par l'État ne viole pas seulement le principe de décentralisation, mais encore celui de démocratisation, puisque l'offre dans les secteurs culturels les plus dépendants des crédits publics (concerts classiques, spectacles de théâtre, de danse et d'opéra, expositions artistiques et musées) atteint à Paris un niveau qualitatif et quantitatif très

15. Les dépenses consacrées aux « Grands travaux » ont représenté quelque 6 % du budget total du ministère de la Culture en 1983, près de 19 % en 1985 et en 1987, 15 % en 1989 et 18 % en 1991 (calculé effectué d'après les chiffres cités dans CARDONA, LACROIX, 1991).

ESPACES DE L'ART

supérieur à l'offre dans les métropoles régionales, et que, comme le montrent les données en annexe, la demande pour cette offre vient très majoritairement des catégories sociales les plus instruites et les plus cultivées, qui sont surreprésentées à Paris.

Pour relativiser la portée des critiques contre ce double manque à l'équité sociale et géographique, l'argument économique qui désigne les produits artistiques comme des biens semi-publics est régulièrement invoqué. Il permet de motiver et de relégitimer continuellement l'affectation structurellement inégalitaire des ressources publiques dans le secteur de la culture. De quoi s'agit-il ? Les produits artistiques peuvent être définis comme des biens mixtes, de caractère privé et public, si l'on admet que, bien que consommés par des personnes privées, ils recèlent d'importantes « externalités publiques ». Parmi ces externalités, on invoquera notamment :

— les bénéfices économiques indirects procurés par l'épanouissement des activités artistiques : l'offre culturelle contribue à la vitalité de la cité en attirant touristes et consommateurs et en favorisant l'implantation d'entreprises, de sièges sociaux de firmes, notamment dans le secteur tertiaire. Les arts sont demandés et consommés par des catégories de populations (cadres supérieurs, professions libérales, professionnels des arts et de l'information, intellectuels) dont l'activité et la présence dans la ville présentent un intérêt évident pour la communauté : l'importance et la diversité de l'offre artistique peut affecter la décision de telles fractions de la population active de résider dans la ville. Les entreprises artistiques sont elles-mêmes, directement et indirectement, pourvoyeuses d'emplois et le marché du travail en bénéficie. Les dépenses artistiques, celles des employeurs et des consommateurs, bénéficient à la ville et à sa région à travers des effets directs et multiplicateurs sur les activités économiques et commerciales locales ;

— l'importance des arts et de la culture dans l'affirmation ou la consolidation de l'identité nationale, et dans la recherche du prestige du pays au plan international ;

— enfin, les générations futures doivent être prises en considération dans cette évolution. Les générations actuelles sont responsables de la continuité de l'activité de création artistique et de la diffusion des œuvres pour l'avenir. Le soutien actuel peut déterminer directement l'existence, la quantité, la variété et la qualité de l'offre future de ces biens. Il n'est que d'observer l'importance des œuvres léguées par les générations passées de créateurs, dans les nations pourvues d'une haute tradition artistique, pour comprendre en quoi la vitalité de la production artistique dans les grandes capitales des arts comporte une dimension de pari sur le long terme et peut agir sur les chances des artistes d'entrer dans le palmarès international des valeurs, et pour quelques-uns de s'y maintenir durablement.

La première catégorie de justifications peut être abondamment discutée, tant elle s'applique à n'importe quelle dépense publique et à n'importe quelle métropole. Une des objections classiques consiste à remarquer que l'argument des externalités ne vaut au mieux qu'en termes relatifs. Des utilisations différentes des sommes dépensées pourraient produire des résultats comparables, soutiendront ceux qui contestent que les produits culturels sont plus efficaces que d'autres services pour attirer visiteurs et touristes.

Il en va différemment des deux derniers arguments, qui ont pour particularité commune d'invoquer d'autres consommateurs bénéficiaires ou arbitres, au-delà des membres de la communauté sociale résidant dans la ville concernée : consommateurs des générations futures, et consommateurs-citoyens impliqués dans la compétition culturelle et économique entre les nations. Dans ces deux cas, l'excellence de l'offre culturelle est une dimension cardinale, et l'organisation des marchés artistiques, fondée sur la sélection et la hiérarchisation des œuvres et des artistes, désigne la capitale comme le site « écologique » de l'excellence.

L'internationalisation des marchés artistiques : compétition culturelle et concurrence marchande

L'argumentation qui invoque les propriétés des biens publics ou semi-publics pour légitimer la concentration parisienne des dépenses culturelles de prestige peut être considérée comme un élément d'une révision idéologique et politique de la doctrine de l'État providence culturel. Cette révision, paradoxalement contemporaine de la très forte progression des dépenses culturelles publiques des années 1980 en France, touche aux rapports entre art et économie en même temps qu'au champ d'intervention de l'action publique.

D'une part, une nouvelle forme de « comptabilité culturelle » s'est développée qui a cherché à quantifier et à prévoir les « retombées » économiques des opérations et investissements de prestige — flux touristiques supplémentaires, croissance induite des achats de biens et services liés, effets d'entraînement sur la consommation nationale de biens culturels, soutien au marché du travail artistique et para-artistique — et à modifier en conséquence la politique de gestion des établissements culturels directement concernés.

D'autre part, la montée en puissance de l'action publique en France s'est affirmée dans la période où les industries culturelles ont façonné le marché de grande consommation culturelle. Les modèles de démocratisation de la culture savante avouaient leurs limites au moment où les stratégies de segmentation de l'offre selon les caractéristiques les plus saillantes de la demande (notamment l'âge) soutenaient le développement des industries culturelles, celles de la musique, de l'audiovisuel et du cinéma. Sans renoncer à son idéal d'intervention régulatrice sur de tels marchés, la politique culturelle française des années 1980 a tiré quelques leçons du contraste entre segmentation implicite (l'offre subventionnée de culture savante n'a, de fait, pour destinataires majoritaires et assidus qu'une fraction restreinte du corps social) et segmentation explicite (celle qui résulte d'une construction délibérée, d'un « ciblage » des publics destinataires tel que le pratiquent les industriels de la culture, dans la musique et l'audiovisuel).

Enfin, l'universalité des valeurs artistiques n'est plus une simple rubrique du *credo* humaniste célébrant les vertus éducatives et civilisatrices de l'art. L'image d'un Panthéon très international des gloires majeures de la création artistique demeurait liée à une symbolique du prestige et des contributions respectives des nations à l'enrichissement d'un patrimoine universel.

ESPACES DE L'ART

Aujourd’hui, l’internationalisation de la vie intellectuelle, scientifique et culturelle, l’intensification des courants d’échange, la circulation accélérée des produits et leur mondialisation rendent plus aiguë la compétition culturelle entre les nations les plus développées et entre leurs industries et marchés artistiques respectifs. Les marchés artistiques évoluent en conséquence, ce qui a incité non seulement les acteurs de ces marchés, mais aussi l’administration publique, promotrice du modèle français d’économie culturelle mixte, à prendre en compte les dimensions économiques et financières de la concurrence artistique internationale.

Cette évolution s’appuie sur les différentes modalités d’intervention de l’État : protection des secteurs structurellement impuissants à s’autofinancer, fonction entrepreneuriale et fonction arbitrale dans des secteurs tels que l’audiovisuel où coexistent deux modèles concurrents — public et privé — de production, action régulatrice et incitatrice dans le secteur des industries culturelles et dans le marché de l’art, notamment par l’encadrement légal et réglementaire de l’organisation des marchés ainsi que par le rôle d’investisseur institutionnel qu’assume l’État en finançant les achats d’art contemporain des musées et institutions culturelles publiques.

L’exemple du secteur des arts plastiques est particulièrement éloquent. Depuis les années 1950, Paris a perdu sa position de leader sur le marché de l’art contemporain, au profit de Londres et surtout de New-York. Pour corriger cette évolution et permettre aux artistes français et au marché parisien de l’art de reconquérir une position éminente, l’État n’a pas ménagé ses efforts. En 1977 a été créé le Musée National d’Art Moderne au sein du Centre Pompidou, qui a suscité la multiplication des galeries d’art contemporain dans le quartier environnant de Beaubourg. A partir de 1981 s’est développée une intervention publique massive en faveur de l’art contemporain qui a eu pour particularité remarquable d’impliquer directement l’État dans le soutien des activités marchandes et dans l’invention de débouchés pour le commerce des œuvres contemporaines d’avant-garde, à travers une politique sans précédent d’achats et de commandes publiques d’œuvres représentatives de l’art contemporain international¹⁶. Telles ont été, en France, les principales étapes récentes du passage à une économie culturelle mixte dans un domaine jusqu’ici essentiellement gouverné par les lois du marché. Cet investissement public peut en effet se justifier à la fois au nom du rôle tutélaire de l’État providence en matière de création artistique et en raison de l’intérêt économique bien compris que présente le soutien à un secteur d’activités traditionnellement doté d’une balance commerciale positive¹⁷.

16. Raymonde Moulin a calculé que « la part de l’art contemporain dans les acquisitions de l’État, au cours de l’année 1985, peut être évaluée à 65 millions de francs, soit 8 % du montant total du marché et environ 28 % du montant du marché intérieur. Si l’on tient compte à la fois des crédits d’acquisition et des crédits de commande (toutes catégories et toutes procédures confondues), on atteint pour cette même année 1985 un montant voisin de 175 millions de francs qui représente environ 22 % du montant total du marché et 75 % du marché intérieur. Le mode de calcul utilisé ne prend pas en compte l’ensemble des achats publics puisque les acquisitions faites par les régions et les municipalités (hors budgets FRAC et FRAF respectivement) n’y figurent pas » (*op. cit.*, p. 235).

17. La France exporte plus d’œuvres d’art qu’elle n’en importe : en valeur, le montant des exportations s’élevait en 1990 à 4.685 milliards de francs — dont 1.312 milliard pour l’art

Si la transformation du marché parisien des arts plastiques a concerné progressivement tout le pays, avec la création de multiples musées et centres d'art contemporain et de fonds régionaux d'art contemporain, ce sont pourtant les choix faits par le monde parisien des arts plastiques (marchands, critiques, conservateurs, collectionneurs, membres de la bureaucratie culturelle) qui continuent d'inspirer les initiatives provinciales, en imposant les critères d'évaluation et de consécration forgés par la communauté internationale des spécialistes de l'art contemporain. Et, plus que de leadership de l'une ou l'autre des grandes capitales internationales de l'art contemporain, c'est plutôt d'une interdépendance entre les grandes métropoles des pays les plus actifs sur ce marché (New York, Los Angeles, Londres, Paris, Madrid, Milan, Cologne, Genève, Zurich) qu'il faut parler, même si l'importance du marché américain, de ses artistes, de ses marchands, de ses collectionneurs et de ses musées et fondations d'art contemporain fait encore de New York le centre de ce réseau.

Les défis les plus spectaculaires lancés à l'économie culturelle mixte dont Paris est le centre concernent à coup sûr l'audiovisuel et les industries de programme (tv, cinéma, musique en particulier), marchés sur lesquels la production américaine est largement dominante et le déficit commercial des pays européens très élevé¹⁸. Maintenir et renforcer à Paris un pôle de production audiovisuelle en mesure de soutenir la concurrence avec l'industrie américaine de programmes est ainsi devenu un objectif d'autant plus pressant que les exportations américaines n'ont cessé d'augmenter en Europe depuis la multiplication du nombre des sociétés de télévision privées et l'élargissement de l'offre de programmes¹⁹, et que la mondialisation des

contemporain, soient les œuvres produites depuis moins de vingt ans à la date de l'exportation, et celui des importations à 3 milliards (chiffres cités d'après R. MOULIN, 1992, p. 234).

18. L'Europe est le premier importateur mondial de programmes de télévision : en 1989, 90 % des programmes non-européens des télévisions européennes provenaient des États-Unis, 5 % du Japon et 5 % du reste du monde. En valeur, l'Europe a acheté des programmes hors de ses frontières pour 4,5 milliards de francs, et n'a exporté que pour un montant de 1,1 milliard de francs, soit un déficit commercial de 3,3 milliards.

Le Japon est lui aussi fortement déficitaire, puisque ses exportations de programmes s'élevaient en 1989 à 450 millions de francs et ses importations à 1,3 milliard.

L'Amérique du Nord dégageait, elle, un fort excédent commercial de 5,2 milliards de francs en 1989, assurant 75 % des exportations mondiales, ce qui montre la prépondérance de l'industrie de production des États-Unis et l'efficacité de sa politique commerciale. (Chiffres tirés du rapport *Exporter les programmes français de télévision*, Sofirad, 1990.)

19. En tendance, la part des programmes importés par les chaînes de télévision a fortement augmenté dans les années 1980, avec l'explosion de l'offre télévisuelle :

<i>Part (en %) des programmes importés par les télévisions des pays suivants :</i>	<i>1973</i>	<i>1983</i>	<i>1988</i>
France	9 %	16 %	33 %
Grande-Bretagne	13 %	25 %	31 %
Italie	13 %	20 %	46 %
USA	1 %	2 %	3 %
Japon	11 %	10 %	12 %

Source : BIPE, A. LE DIBERDER et N. COSTE-CERDAN, *La télévision*, Paris, La Découverte, 1991.

ESPACES DE L'ART

marchés de l'audiovisuel enclenche le cercle de la standardisation des produits à coût de production croissant, puisque des films et téléfilms plus spectaculaires, et donc plus coûteux à produire, ont de meilleures chances d'être rentabilisés sur des marchés de masse élargis, fortement concurrentiels. Le destin de la composante principale et la plus prestigieuse de l'industrie de programmes audiovisuels, le cinéma, offre une parfaite illustration des enjeux de l'internationalisation des marchés des biens de culture et de divertissement et des fonctions de la concentration spatiale des principaux acteurs français de ces marchés à Paris.

Observons l'évolution du marché cinématographique français. L'érosion continue de la fréquentation des salles de cinéma en France, depuis les années 1960, s'est doublée d'une baisse de la part d'audience des films français et européens, alors que le cinéma américain a conservé en France un volume de demande à peu près stable et a donc amélioré fortement sa position relative, comme le montre le tableau qui suit.

TABLEAU 5. — Fréquentation en France des films selon leur origine,
entre 1982 et 1992

Illustration non autorisée à la diffusion

* Les pourcentages se lisent en ligne.

Source : Centre National de la Cinématographie (*CNC Info*, avril-mai 1993).

Le marché français a pourtant mieux résisté que celui des autres nations, tant en volume de spectateurs qu'en parts de marché des films nationaux (cf. tableau 6), et l'activité de production situe la France au second rang mondial et Paris au centre de la production cinématographique en Europe, tant par le volume de films produits avec des capitaux intégralement ou majoritairement français que par le nombre croissant des co-productions internationales.

TABLEAU 6. — Parts de marché des films américains et des films nationaux dans différents pays en 1991

Illustration non autorisée à la diffusion

* Les pourcentages se lisent en ligne. Le total est inférieur à 100 %, la différence représentant le volume de recettes réalisées par les films non américains et étrangers au pays considéré.
Source : Centre National de la Cinématographie.

C'est que l'économie de la production s'est profondément transformée dans la décennie écoulée et dépend aujourd'hui beaucoup moins de la fréquentation des salles que des décisions d'un petit nombre d'organisations et d'acteurs politiques et financiers. Car si la baisse de la fréquentation des salles de cinéma a été largement provoquée par la concurrence de la télévision et de son offre croissante de programmes, les chaînes de télévision sont aussi, dans le même temps, devenues économiquement plus solidaires de la production des films, *via* la réglementation publique des rapports cinéma/télévision. La perte de recettes due à la chute de la fréquentation des salles a été compensée par l'accroissement des financements auxquels sont réglementairement assujetties les chaînes — contributions au « compte de soutien » de la branche, obligation pour les chaînes de consacrer un pourcentage de leur chiffre d'affaires à la co-production ou au pré-achat des films — et par une régulation de la concurrence qui est fondée sur le principe des quotas de diffusion de films selon leur origine, et qui assure aux films français et européens des parts d'audience et des revenus d'exploitation télévisuelle supérieurs à leur poids sur le marché primaire d'exploitation en salle. A quoi se sont ajoutées des aides publiques et des incitations fiscales à l'investissement dans la production cinématographique et audiovisuelle. Au total, comme l'indique un rapport public récent,

l'intervention financière et réglementaire des Pouvoirs Publics ne peut raisonnablement aller très au-delà de ce qu'elle est actuellement. Une comparaison même simplificatrice à l'extrême permet de mesurer l'effort déjà consenti : mises bout à bout les valeurs ajoutées des entreprises de production, de distribution, d'exploitation et des industries techniques du cinéma étaient de l'ordre de 6 à 7 milliards de francs en 1991 ; au cours de cette même année, les financements mis en œuvre par le Centre National du Cinéma, les obligations des chaînes de télévision et les participations des SOFICA, ont au total bénéficié au cinéma pour plus de 2 milliards de francs. (Cluzel, Cerutti, 1992, p. 4).

ESPACES DE L'ART

En d'autres termes, les choix du public des salles pèsent désormais d'un moindre poids sur l'économie de la production française, tandis que d'autres sources de financement se substituent aux recettes issues de la poche des consommateurs directs du film en salle. Selon l'expression des auteurs du rapport cité, à une « logique de risque » se substitue une « logique de préfinancement », orchestrée par les pouvoirs publics, qui ne va d'ailleurs pas sans fragilité pour l'économie du film ainsi remaniée²⁰.

Conformément à la logique que nous avons mise en évidence dans ce texte et aux hypothèses de Stinchcombe, les mécanismes financiers, politiques et entrepreneuriaux auxquels la production cinématographique française est ainsi assujettie ont ceci de remarquable qu'ils sont négociés, définis et mis en œuvre par un nombre restreint d'acteurs fortement interdépendants, et dans un étroit espace parisien d'interaction.



L'espace de production et de consommation culturelles est doublement déterminé par la concentration physique des populations et par la densité des relations d'interdépendance entre les acteurs (individus, organisations, bureaux de l'administration).

Prendre en compte la seule première dimension inclinerait à raisonner selon une logique de « carte culturelle », au sens où ont été inventées et où sont gérées la carte sanitaire et la carte scolaire, et à relier les caractéristiques de l'offre (nombre d'équipements culturels, quantité de spectacles et d'événements présentés dans une aire donnée) à la taille et aux caractéristiques socio-démographiques de la population résidente²¹. Le classement qui en résultera ignorera la qualité et la taille des organisations culturelles considérées et, à travers la corrélation qui l'engendrerait, assimilera la demande culturelle au volume entier de la population, ce qui reviendrait à identifier la demande réelle à la demande potentielle que constituerait la population résidente, pour rendre compte d'une telle homogénéisation de l'offre. Or, si cette identification peut se comprendre dans le cas de l'offre de biens culturels de masse, elle est manifestement trompeuse dans le cas de la

20. Le rapport cité fait observer qu'alors qu'en 1981, les recettes des salles couvraient 85 % des financements à amortir, procurant à la production une rentabilité globale à court terme et, au terme d'un amortissement rapide, des profits potentiels à moyen et long terme sur les marchés d'exploitation secondaire (télévision, ventes à l'étranger, vidéo), en 1991, le marché primaire de l'exploitation en salle ne procure plus que 30 % des recettes nécessaires à l'amortissement des financements. Le déficit à combler par des recettes à moyen terme a vivement progressé et le cycle d'amortissement des films français s'allonge : un déséquilibre croissant peut s'installer et conduire à l'éclatement de la bulle financière si les financements complémentaires aux recettes d'exploitation et aux financements « encadrés » (aides, pré-achats et co-productions des télévisions, investissements à fiscalité avantageuse) sont gagés systématiquement sur des perspectives incertaines et, à tout le moins, plus lointaines d'amortissement.

21. C'est ce raisonnement qu'a mis en œuvre Blau (1989) dans une recherche sur l'offre culturelle dans les grandes métropoles urbaines américaines : en rapportant le volume de celle-ci au nombre d'habitants des villes considérées, Blau parvient à un palmarès pour le moins contre intuitif, puisque ce sont Augusta, Orlando et Tulsa, et non New York, Los Angeles ou Chicago, qui arrivent en tête pour le nombre d'orchestres par habitant, Charleston pour le nombre d'opéras, et Providence pour les musées de premier plan.

culture savante. L'importance des effets de seuil ou de masse critique atteste l'existence d'une corrélation non-linéaire entre taille de la population et volume d'offre culturelle savante.

Isoler la seconde dimension — la densité des interdépendances et des liens d'interconnaissance sur lesquels repose l'efficacité d'une organisation flexible et faiblement intégrée de la production —, c'est aller à une vision critique quelque peu naïve de la domination de la capitale, les réseaux constitués paraissant conspirer pour perpétuer l'hégémonie du centre et contrôler la production des biens et la construction des valeurs et des réputations. C'est oublier que l'espace culturel national, dont on désigne ainsi le centre de gravité, est lui-même enchassé dans un système global d'échanges et de concurrences et que la concentration opère à l'intersection des impératifs d'équilibre du développement culturel national et des enjeux de l'internationalisation des mondes de l'art.

Ce qui conduit à réviser notre conception de l'assise démographique de la concentration de la production culturelle. Les dimensions économiques et politiques de l'organisation des marchés artistiques impliquent, dans l'espace culturel local — ici celui de Paris et de son agglomération — et dans les choix et décisions qui le modèlent, les populations étrangères de créateurs et de consommateurs des biens à diffusion internationale, à travers les liens tissés par le cosmopolitisme artistique et par les échanges culturels et les flux touristiques. Par l'entretien du patrimoine et le soutien à la production, elles impliquent en outre les générations passées et à venir responsables et destinataires de la création des œuvres candidates à une admiration pérenne.

Par un paradoxe que nous espérons avoir rendu compréhensible, l'emprise des technologies contemporaines de diffusion des œuvres, si elle élargit leurs marchés et accélère la vitesse de leur circulation, ne peut contribuer par elle-même à déterritorialiser la production artistique et culturelle : elle agit sur celle-ci en raccourcissant les horizons de profitabilité des investissements et les cycles de vie des nouveautés, mais elle reste dépendante des contraintes spatiales de la germination des idées et des talents et de l'interdépendance fonctionnelle et informationnelle des acteurs, sources et supports de création.

Pierre-Michel MENGER
Centre de Sociologie des Arts
EHESS—CNRS

ESPACES DE L'ART

BIBLIOGRAPHIE

- ABIRACHED (Robert), 1992, *Le théâtre et le Prince, 1981-1991*, Paris, Plon.
- AKSOY (Asu), ROBINS (Kevin), 1992, « Hollywood for the 21st Century : Global Competition for Critical Mass in Image Markets », *Cambridge Journal of Economics*, 16, pp. 1-22.
- APPADURAI (Arjun), 1990, « Disjuncture and Difference in the Global Culture Economy », *Theory, Culture and Society*, 7, pp. 295-310.
- BECKER (Howard S.), 1988, *Les mondes de l'art*, trad. fr., Paris, Flammarion.
- BLAU (Judith R.), 1989, *The Shape of Culture : A Study of Contemporary Cultural Patterns in the United States*, Cambridge, Cambridge University Press.
- BOUVAIST (Jean-Marie), BOIN (Jean-Guy), 1986, *Les jeunes éditeurs*, Paris, La Documentation française.
- CARDONA (Janine), LACROIX (Chantal), 1991, *Chiffres clés. Annuaire statistique de la culture*, Paris, La Documentation française.
- CARROLL (Glenn R.), 1985, « Concentration and Specialization : Dynamics of Niche Width in Populations of Organizations », *American Journal of Sociology*, pp. 1262-1283.
- CHANEL (Olivier), 1993, *Apports de l'économétrie à l'étude des champs culturels : applications au marché des œuvres d'art et à la demande télévisuelle*, Marseille, EHESS GREQE, thèse de doctorat, multigr.
- CHANEL (Olivier), GÉRARD-VARET (Louis-André), GINSBURGH (Victor), DE KERCHOVE (Anne-Marie), 1990, *Formation des prix des peintures modernes et contemporaines et rentabilité des placements sur le marché de l'art*, Marseille, EHESS GREQE, miméo.
- CHARLE (Christophe), 1985, « Le champ de la production littéraire », dans Roger CHARTIER, Henri-Jean MARTIN éds, *Histoire de l'édition française*, t. 3, Paris, Promodis.
- CHOQUET (Olivier), 1990, « Vingt ans de développement des loisirs », dans *Données sociales*, Paris, Insee, pp. 213-216.
- CLUZEL (Jean-Paul), CERUTTI (Guillaume), 1992, *Mission de réflexion et de proposition sur le cinéma français*, Paris, Inspection Générale des Finances.
- COSER (Lewis A.), KADUSHIN (Charles), POWELL (William W.), 1982, *Books. The Culture and Commerce of Publishing*, New York, Basic Books.
- DONNAT (Olivier), 1989, *Les dépenses culturelles des ménages*, Paris, La Documentation française.
- DONNAT (Olivier), COGNEAU (Denis), 1990, *Les pratiques culturelles des Français, 1973-1989*, Paris, La Découverte/ La Documentation française.
- DiMAGGIO (Paul), 1993, « On Metropolitan Dominance », dans Martin SHEFFER éd., *Global City : The Economic, Political and Cultural Influence of New York*, New York, Russell Sage Foundation.
- DUMONTIER (Françoise), VALDELIÈVRE (Hélène), 1989, *Les pratiques de loisir vingt ans après : 1967/1987-1988*, Paris, Insec.
- DUMONTIER (Françoise), DE SINGLY (François), THÉLOT (Claude), 1990, « La lecture moins attractive qu'il y a vingt ans », *Économie et Statistique*, n° 233.
- DUPUIS (Xavier), 1983, « La surqualité : le spectacle subventionné malade de la bureaucratie ? », *Revue économique*, 34, pp. 1089-1115.
- EHRLICH (Cyril), 1985, *The Music Profession in Britain since the Eighteenth Century*, Oxford, Clarendon Press.
- FAINSTEIN (Susan), 1993, *The City Builders : Urban Redevelopment in London and New York*, Oxford, Blackwell.
- FRIEDBERG (Ehrard), URFALINO (Philippe), 1986, « La décentralisation culturelle au service de la culture nationale », dans Raymonde MOULIN éd., *Sociologie de l'art*, Paris, La Documentation française.

- GUILLOU (Bernard), MARUANI (Laurent), 1991, *Les stratégies des grands groupes d'édition*, Paris, Cahiers de l'économie du livre, ministère de la Culture et Cercle de la Librairie.
- GRAÑA (Cesar), 1964, *Bohemian versus Bourgeois*, New York, Basic Books.
- HENNION (Antoine), VIGNOLLE (Jean-Pierre), 1978, *L'économie du disque en France*, Paris, La Documentation française.
- HIRSCH (Paul M.), 1992, « Globalization of Mass Media Ownership », *Communication Research*, 19, n° 6, pp. 677-681.
- LÉCUYER (Bernard-Pierre), LEMAINE (Gérard) et al., 1972, *Les voies du succès*, Paris, EHESS, Gers, miméo.
- LE DIBERDER (Alain), COSTE-CERDAN (Nathalie), 1991, *La télévision*, Paris, La Découverte.
- LENMAN (Robin), 1989, « Painters, Patronage and the Art Market in Germany, 1850-1914 », *Past and Present*, 123, pp. 109-140.
- LE PEN (Claude), 1982, « L'analyse microéconomique de la production dramatique et l'effet des subventions publiques », *Revue économique*, 33, pp. 639-674.
- LEPHAY-MERLIN (Catherine), 1991, *Les dépenses culturelles des communes. Analyse et évolution, 1978-1987*, Paris, La Documentation française.
- LINDER (Staffan B.), 1970, *The Harried Leisure Class*, New York, Columbia University Press.
- MENGER (Pierre-Michel), 1983, *Le paradoxe du musicien*, Paris, Flammarion.
- MENGER (Pierre-Michel), 1986, « L'oreille spéculative. Consommation et perception de la musique contemporaine », *Revue française de Sociologie*, XXVII, n° 3, pp. 445-479.
- MENGER (Pierre-Michel), 1989, « Rationalité et incertitude de la vie d'artiste », *L'Année socio-logique*, vol. 39, pp. 111-151.
- MENGER (Pierre-Michel), 1991, « Marché du travail artistique et socialisation du risque. Le cas des arts du spectacle », *Revue française de Sociologie*, XXXII, n° 1, pp. 61-74.
- MENGER (Pierre-Michel), VARI (Stéphane), 1993, *Le marché du travail et l'emploi intermittent dans les arts du spectacle*, Paris, MIRE et Centre de Sociologie des Arts, multigr.
- MOLLENKOPF (John H.), 1993, « On Urban Key Nodes in the Global System », présentation au colloque du SSRC, New York, mars.
- MOULIN (Raymonde), 1992, *L'artiste, l'institution et le marché*, Paris, Flammarion.
- MOULIN (Raymonde), CHAMPY (Florent), 1993, « La formation et la profession d'architecte depuis 1914 », dans *Encyclopédia Universalis*, pp. 857-860.
- MOULIN (Raymonde), PASSERON (Jean-Claude), PASQUIER (Dominique), PORTO-VAZQUEZ (Fernando), 1985, *Les artistes*, Paris, La Documentation française.
- PATUREAU (Frédérique), 1992, *Les pratiques culturelles des jeunes*, Paris, La Documentation française.
- PEACOCK (Alan), 1970, *A Report on Orchestral Resources*, Londres, The Arts Council of Great Britain.
- PIORE (Michael J.), SABEL (Charles F.), 1989, *Les chemins de la prospérité. De la production de masse à la spécialisation souple*, trad. fr., Paris, Hachette.
- POWELL (William W.), 1985, *Getting into Print*, Chicago, The University of Chicago Press.
- RANNOU (Janine), VARI (Stéphane), 1993, *Les itinéraires d'emploi des ouvriers, techniciens et cadres intermittents de l'audiovisuel et des spectacles*, Paris, CEREQ / CSA, multigr.
- ROSEN (Sherwin), 1981, « The Economics of Superstars », *American Economic Review*, 75, pp. 845-858.
- ROUGET (Bernard), SAGOT-DUVAUROUX (Dominique), PFLIEGER (Sylvie), 1991, *Le marché de l'art contemporain en France*, Paris, La Documentation française.
- SASSEN (Saskia), 1991, *The Global City : New York, London, Tokyo*, Princeton, Princeton University Press.
- SHEFTER (Martin) éd., 1993, *Global City : The Economic, Political and Cultural Influence of New York*, New York, Russell Sage Foundation.

ESPACES DE L'ART

- SIMPSON (Charles R.), 1981, *SoHo : The Artist in the City*, Chicago, The University of Chicago Press.
- SINGLY (François) de, 1993, *Les jeunes et la lecture*, Paris, ministère de l'Éducation nationale, Les Dossiers Éducation et Formations.
- STINCHCOMBE (Arthur L.), 1968, *Constructing Social Theories*, Chicago, The University of Chicago Press.
- STORPER (Michael), 1989, « The Transition to Flexible Specialization in the US Film Industry : External Economies, the Division of Labour, and the Crossing of Industrial Divides », *Cambridge Journal of Economics*, 13, pp. 273-305.
- STORPER (Michael), WALKER (Richard), 1989, *The Capitalist Imperative. Territory, Technology and Industrial Growth*, Oxford-New York, Basil Blackwell.
- URFALINO (Philippe), 1987, « La municipalisation de la culture » dans CHAZEL (François) éd., *Pratiques culturelles et politiques de la culture*, Bordeaux, Éditions de la MSH.
- URFALINO (Philippe), 1994, « Sociologie d'une volonté politique : le cas des Grands Travaux parisiens », à paraître dans BURGEL (Guy) éd., *Villes en parallèle*.
- VESSILIER (Michèle), 1983, *Le métier d'auteur*, Paris, Dunod.
- VESSILIER (Michèle), 1989, « La démographie des créateurs », *Population*, 2, pp. 291-310.
- WHITE (Harrison), WHITE (Cynthia), 1991, *La carrière des peintres au XIX^e siècle*, trad. fr., Paris, Flammarion.

ANNEXES

L'évolution de certaines pratiques de loisirs culturels de 1967 à 1988 (Champ : individus âgés de 14 ans et plus ; base 100 en 1967) :

<i>Loisir pratiqué dans les 12 mois précédent l'enquête</i>	<i>Agglomération parisienne</i>	<i>Villes de + 100 000 h</i>	<i>Villes de 20 000 à 100 000 h</i>	<i>Ensemble de la population</i>
Cinéma au moins une fois par mois	116,3*	85,3	110	106,2
Théâtre professionnel depuis moins d'un an	86,9	70,5	81,4	85,6
Concerts classiques, opéra depuis moins d'un an	n r	n r	n r	101
Musées depuis moins d'un an	136	166	165	183
Châteaux, monuments depuis moins d'un an	116,7	114,9	131	133,9
Sortie le soir au moins une fois par mois	164,4	146	161	157,6
Lecture d'au moins un livre par mois	84,8	86,1	94,8	96,9
Ecoute de la télévision tous les jours ou presque	157	143,6	144,3	161

* Le tableau se lit ainsi : si l'on prend pour référence (pour déterminer une base 100) la proportion d'individus âgés de 14 ans et plus résidant dans l'agglomération parisienne et ayant déclaré en 1967 aller au moins une fois par mois au cinéma (27,6 %), la proportion de ceux des résidents de l'agglomération parisienne qui ont déclaré cette pratique en 1988 (32,1 %) a progressé jusqu'à un indice 116,3 — soit (32,1 %/27,6 %) x 100.

Source : F. DUMONTIER, H. VALDELIÈVRE, *Les pratiques de loisir vingt ans après : 1967/1987-1988*, Insee, 1989.

L'équipement des ménages et l'utilisation des biens produits par les industries culturelles selon le lieu de résidence (Champ : individus âgés de 14 ans et plus) :

<i>Taux d'équipement</i>	<i>Paris</i>	<i>Région parisienne</i>		<i>Villes de plus de 100 000 h</i>	<i>Villes de 20 000 à 100 000 h</i>	<i>Ensemble de la population</i>
		<i>Petite couronne</i>	<i>Grande couronne</i>			
Télévision	85,8 %*	94,7 %	94,8 %	93 %	94,8 %	93,8 %
Chaîne hi-fi	51,2 %	51,8 %	55,3 %	44,9 %	42,8 %	40,8 %
Lecteur CD	12,4 %	8,5 %	8,1 %	5,6 %	3,9 %	5,1 %
Livres						
— plus de 250 livres	33,1 %	25,6 %	25,2 %	14,5 %	12,8 %	15,2 %
— de 51 à 250 livres	32 %	38,6 %	38 %	35,3 %	38,1 %	34,1 %

Taux de pratique

Écoute de la télévision tous les jours ou presque	75,5 %	85,4 %	83,8 %	81,4 %	82 %	82,7 %
Écoute de musique						
> 1 heure/jour	9,6 %	9,9 %	9,2 %	7,9 %	9,5 %	7,4 %
1 h/semaine à 1 h/j.	47,9 %	45,1 %	46,1 %	40 %	40,4 %	36,4 %
Lecture de livres						
> 2 livres/mois	26,5 %	18,5 %	16,1 %	15 %	14,2 %	13,9 %
1 à 2 livres/mois	25,2 %	17,5 %	23,8 %	20,5 %	18,7 %	17,5 %

* Le principe de lecture des pourcentages est le même que dans le tableau suivant, p. 1600.

Source : enquête *Loisirs des Français* de l'Insee.

ESPACES DE L'ART

La fréquentation des spectacles et les sorties culturelles selon le lieu de résidence (Champ : individus âgés de 14 ans et plus) :

Fréquentation dans les 12 derniers mois	Paris	Région parisienne		Villes de plus de 100 000 h	Villes de 20 000 à 100 000 h	Ensemble de la population
		Petite couronne	Grande couronne			
Cinéma						
> 3 fois/mois	16,1 %*	7,3 %	6,2 %	4,3 %	3,1 %	3,9 %
1-3 fois/mois	29,5 %	21,7 %	21 %	16,3 %	16,8 %	15,1 %
Théâtre professio.						
> 1 fois/an	44,3 %	20,3 %	15,4 %	10,8 %	10 %	10,6 %
1 fois/an ou moins	17,1 %	28,1 %	25,5 %	17 %	17,1 %	16,2 %
Concerts classiques, opéra						
> 1 fois/an	16,7 %	6,1 %	6 %	6,6 %	5 %	5,1 %
1 fois/an ou moins	16,5 %	11,6 %	10,1 %	8,8 %	7,5 %	7,4 %
Concerts rock, jazz						
> 1 fois/an	15,7 %	8,9 %	8,7 %	7,2 %	5,9 %	5,9 %
1 fois/an ou moins	13,9 %	13,6 %	11,9 %	9,6 %	8,4 %	8,5 %
Spectacles de music hall, de variétés						
> 1 fois/an	26 %	25 %	21,6 %	16,1 %	18,7 %	15,9 %
1 fois/an ou moins	13,2 %	14,8 %	10,5 %	9,8 %	8 %	9,3 %
Musées						
> 3 fois/an	30,4 %	12,4 %	11,4 %	7,7 %	5,7 %	7 %
2 à 3 fois/an	18,1 %	13,5 %	10,8 %	9,9 %	9,1 %	9,2 %
Expositions artist. temporaires						
> 3 fois/an	21,3 %	6,6 %	4,1 %	6,9 %	5,6 %	5,5 %
2 à 3 fois/an	17,3 %	9,6 %	9,7 %	8,2 %	8,1 %	7,6 %
Châteaux, monuments						
> 3 fois/an	18,8 %	12,6 %	13,7 %	9,3 %	8,3 %	8,7 %
2 à 3 fois/an	20,3 %	18,1 %	17,7 %	10,6 %	11,6 %	11,5 %

* Le tableau se lit ainsi : sur 100 personnes résidant à Paris, 16,1 déclaraient en 1988 être allées au cinéma plus de trois fois par mois en moyenne dans l'année écoulée.

Source : enquête *Loisirs des Français* de l'Insee.

Les caractéristiques socio-économiques distinctives des habitants de l'agglomération parisienne :

	Ile-de-France	France métropolitaine
Titulaires d'un diplôme égal ou supérieur au bac (1990)	27,8 %	19,2 %
Individus ayant accompli plus de deux années d'études supérieures (1990)	9,5 %	4,9 %
Ménages dont la personne de référence est cadre supérieur en 1990	17,8 %	9,4 %
Cadres supérieurs parmi les actifs occupés en 1990	20,1 %	11,7 %
Écart à la moyenne des salaires des cadres supérieurs en 1991 (indice 100 = moyenne des salaires des actifs dans l'ensemble de la métropole)	232	210
Revenu par habitant en 1988	84 200 F	69 000 F
Dépense annuelle de consommation par ménage en 1989	192 500 F	153 900 F
Impôt sur le revenu en 1991, par foyer fiscal imposé	27 743 F	19 539 F
Impôt sur la fortune par habitant en 1991	278 F	80 F

Source : données extraites de *La France et ses régions*, Paris, Insee, 1993.