



Forum d'Avignon 2008
« culture, facteur de croissance »

16-18 novembre 2008

Contacts Presse

Ministère de la Culture
et de la Communication
Département de l'information
et de la communication

Service de presse :
01 40 15 83 31
service-de-presse@culture.gouv.fr

Patricia Goldman communication
Patricia Goldman 01 47 53 65 65
pgoldman@patricia-goldman.com
Valérie Escaudemaison
vescaudemaison@patricia-goldman.com



Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Ministère
Culture
Communication



Sommaire

<i>page 1</i>	Le mot de Christine Albanel, ministre de la Culture et de la Communication
<i>page 2</i>	Le programme prévisionnel 2008
<i>page 3</i>	Historique du Forum d'Avignon
<i>page 5</i>	L'Association Forum d'Avignon - Les membres du comité directeur
<i>page 8</i>	Quelques chiffres sur la culture et l'économie en Europe
<i>page 16</i>	Liste des invités
<i>page 18</i>	Mécènes et partenaires 2008
<i>page 23</i>	Colloques organisés dans le cadre de la Présidence française de l'Union européenne



Le mot de Christine Albanel, ministre de la Culture et de la Communication

La culture, sous toutes ses facettes, est un secteur économique en croissance, un secteur qui se mondialise sous l'impact de la numérisation et de l'accroissement des échanges internationaux, des biens, des personnes, des capitaux. Ces enjeux essentiels pour l'avenir de l'économie européenne seront au centre des débats du premier Forum d'Avignon qui se tiendra les 16, 17 et 18 novembre 2008 au Palais des Papes autour du thème « La culture, facteur de croissance ». A cette occasion, auprès de tous nos partenaires européens, auprès des représentants internationaux de la culture, de l'économie et des médias, j'entends offrir un espace unique de rencontres pour créer les synergies, les passerelles entre des secteurs qui ont peu d'occasions de se rencontrer, et faire ainsi émerger de nouvelles formes ambitieuses de collaboration bénéfiques pour la croissance et pour la diversité culturelle.

C'est la raison pour laquelle à l'occasion de la Présidence française de l'Union européenne, j'ai souhaité mettre en avant la culture et la communication comme moteur du projet européen. Il s'agit aussi bien sûr de faire avancer l'Europe comme acteur économique majeur dans la mondialisation, mais également comme foyer de créativité, d'innovation, terreau de nombreux talents.

La dimension économique de la culture est encore largement sous-estimée. Pourtant, elle est un véritable facteur de croissance, le levier par lequel nos productions, nos valeurs, nos ambitions trouvent à l'international un écho qui multiplie les énergies, l'envie d'exporter, d'aller à la rencontre du monde. La culture et l'économie ne sont pas deux mondes antinomiques.

Avec un chiffre d'affaires de 650 milliards d'euros en 2005, ce secteur emploie près de 5 millions de personnes à travers l'Europe. Il représente en moyenne près de 4,5 % des dépenses des ménages. Le commerce extérieur des biens culturels de l'Europe affiche un excédent de 3 milliards d'euros en 2006. La preuve est faite : la culture n'est pas seulement affaire de mécénat, de subventions, de dons ou de fondations, c'est aussi une affaire d'entrepreneurs, d'entreprises et d'investisseurs. Les deux, loin d'être opposées, sont complémentaires : l'intervention publique dans le secteur culturel, que ce soit par des mesures fiscales, des aides ciblées comme les crédits d'impôt, est d'abord un moyen de structurer le marché, non un substitut. C'est un investissement.

Si la création et la production culturelles peuvent revendiquer un statut économique comme tout autre secteur, il n'en demeure pas moins que la culture constitue une activité humaine particulière. Il est singulier de constater que la dépense et la consommation culturelles d'un pays sont bien davantage liées au niveau de l'indice de développement humain de ce pays qu'à sa richesse monétaire exprimée en terme de PIB par habitant. La culture participe à la cohésion et aussi à la diversité sociale. Elle produit les « biens » patrimoniaux qui scellent les destins des individus au sein d'une collectivité. Elle crée les fondements et les conditions de l'échange et du partage. Elle ouvre le champ des possibles. Cette « richesse », que les chiffres et les statistiques n'observent pas directement, se mesure, lorsque la culture disparaît et qu'une déculturation rapide provoque l'acculturation, source de maux dont les coûts humains et économiques sont considérables. Ce sont aussi toutes ces dimensions cachées de l'économie de la culture que le Forum d'Avignon abordera.





Le programme prévisionnel 2008

Dimanche 16 novembre 2008

Après-midi : Lancement du Forum dans un TVG spécial Paris- Avignon avec les 250 invités
Dîner des chefs étoilés européens

Lundi 17 novembre 2008

Matinée : plénière, « Culture et développement économique »*

- La culture, condition du développement économique durable
- La création, levier de croissance

Après-midi : quatre ateliers de travail *

- Culture, quels profits ?
- La culture, l'Etat, le marché
- La diversité culturelle dans les relations internationales
- La chaîne de création au défi du numérique

Concert donné par Accentus et cocktail à la Collection Lambert
Dîner des chefs étoilés de la région d'Avignon

Mardi 18 novembre 2008

Matinée : plénière, « Le numérique à l'aube de nouvelles valeurs ? » *

- Une nouvelle donne pour la culture
- Après Google ...

Interviews, débats et clôture du Forum d'Avignon

* Ces intitulés sont provisoires



Historique du Forum d'Avignon

La Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles a été adoptée le 20 octobre 2005 à l'UNESCO. La France a joué avec le Canada un rôle essentiel dans son adoption. Toutefois, dans de nombreux pays à travers le monde, soutenir la diversité culturelle s'apparente trop souvent encore souvent à une demande récurrente de subventions qui ne crée pas de richesses.

Un des objectifs du Forum d'Avignon consiste à faire prendre conscience grâce à des exemples précis en quoi l'investissement culturel contribue non seulement à la protection de la diversité et à la défense des valeurs de civilisation, mais également à la création de richesses pour les habitants et à une meilleure compréhension des valeurs d'un pays pour tous ceux qui le visitent ou en entendent parler.

Le gouvernement français a décidé, en s'appuyant sur un comité directeur¹, de porter ces sujets à l'occasion de la Présidence française de l'Union européenne, au second semestre 2008. L'implication d'un partenaire officiel et de plusieurs mécènes permet de donner à cet évènement une ampleur adaptée à son ambition

Programme prévisionnel du Forum d'Avignon

Le Forum d'Avignon débutera le dimanche 16 novembre et s'achèvera à l'issue d'un déjeuner le mardi 18 novembre 2008.

La plupart des participants quitteront Paris dans l'après-midi du 16 novembre 2008 à bord d'un TGV spécial entre Paris et Avignon pour gagner le Palais des Papes en fin d'après-midi.

A leur arrivée à Avignon, un dîner permettra aux participants de se rencontrer ou de mieux se connaître.

Deux séances plénières seront organisées les matinées des 17 et 18 novembre, ainsi que quatre ateliers de travail l'après-midi du 17 novembre 2008. Entre les plénières et les ateliers, des moments de convivialité et des espaces privatifs permettront aux participants de partager leurs vues.

En cas de succès pour sa première édition, le Forum sera reconduit chaque année.

Lignes directrices

Le thème de l'édition 2008 est : « La culture, facteur de croissance »

La première plénière et deux ateliers traiteront spécifiquement de la contribution de la diversité culturelle à la croissance économique et des rapports entre richesse économique et richesse culturelle. Quels sont les leviers que l'Etat, une région ou une ville peuvent activer pour soutenir la croissance économique par des investissements culturels ?

A titre d'exemple de contribution de la diversité culturelle à la croissance économique, l'apport des monuments à la richesse d'un pays sera mis en avant, qu'il s'agisse du patrimoine, notamment dans les pays non occidentaux, à l'instar des temples d'Angkor (Cambodge), de Petra (Jordanie) ou encore des pyramides du Yucatan (Mexique), ou qu'il s'agisse de créations récentes comme l'opéra de Sydney (Australie), le musée Guggenheim à Bilbao (Espagne) ou le Louvre à Abu Dhabi (Emirats Arabes Unis). Il sera par ailleurs rappelé que l'industrie audiovisuelle américaine est le premier contributeur à la balance des paiements des Etats-Unis, devant le secteur spatial et aéronautique, ou encore que l'Estonie attire des milliers de visiteurs étrangers grâce à ses festivals d'été.

La seconde plénière et les deux autres ateliers se focaliseront sur les industries culturelles à l'ère numérique, ainsi que sur la diversité culturelle et la globalisation (Est-Ouest, Nord-Sud).

¹ Jean-Jacques ANNAUD ; Laurent BENZONI ; Mats CARDUNER ; Emmanuel CHAIN ; Hervé DIGNE ; Renaud DONNEDIEU DE VABRES ; Laurence FRANCESCHINI ; Axel GANZ ; Emmanuel HOOG ; Laure KALTENBACH ; Alain KOUCK ; Véronique MORALI ; Pascal ROGARD ; Nicolas SEYDOUX



Si, pour certains secteurs, les conséquences de la numérisation sont connues, par exemple pour l'industrie musicale qui a perdu 50 % de ses revenus, des incertitudes demeurent sur les nouveaux modèles économiques du cinéma, de l'édition et de l'audiovisuel.

D'autre part, s'il est clair que la pénétration de l'Internet dans chaque foyer permet à tout artiste d'atteindre le plus grand nombre à travers le monde, il est plus difficile de décider si la globalisation renforce l'uniformisation des goûts et des comportements ou au contraire favorise le développement de la diversité culturelle. A cet égard, la question se pose de savoir comment les pays qui ne disposent pas d'industries culturelles fortes vont pouvoir préserver, ou mieux, renforcer leur propre culture. L'enjeu est de taille pour les relations Nord – Sud ou, plus précisément, dans le rapport entre les pays qui bénéficient d'un patrimoine et de groupes culturels importants et les autres.

Invités

Le Forum d'Avignon réunira 250 à 300 acteurs majeurs issus des secteurs de l'économie, de la culture, des médias, ainsi que des représentants des pouvoirs publics.

En réunissant pour la première fois des personnalités issues de différents horizons (secteur public, économie, médias et culture) et des différentes régions du monde, le Forum d'Avignon sera une occasion unique d'avancer des propositions concrètes et fortes afin d'encourager les investissements culturels en prenant en compte le passé, le présent et le futur de chaque nation.



L'Association Forum d'Avignon Les membres du comité directeur

Jean-Jacques ANNAUD

Réalisateur, scénariste, producteur.

Jean-Jacques Annaud se passionne très jeune pour la photo et le cinéma. Après ses diplômes de l'école Louis Lumière et de l'IDHEC et des études de Grec à la Sorbonne, il débute à 20 ans dans le film publicitaire. Il signera 500 spots.

Il réalise son premier long-métrage « La Victoire en Chantant » en 1976. Puis, en autres, « La Guerre du Feu », « Le Nom de la rose », « L'Ours », « L'Amant », « Stalingrad » et « Deux Frères ».

Il a reçu de nombreux prix, dont 5 césars et un oscar. membre de l'Institut, il est Commandeur de l'Ordre des Arts et Lettres.

Laurent BENZONI

Docteur en sciences économiques, habilité à diriger des recherches, Professeur agrégé des facultés de droit et de sciences économiques. Professeur à l'Université Paris 2 (Panthéon-Assas) où il dirige les mastères Recherche et Professionnel, d'Economie Industrielle et managériale, mention Télécommunications, Internet et médias. Spécialiste d'Economie de la Concurrence et de la régulation, domaines dans lesquels il a publié de nombreux articles et ouvrages, il travaille depuis de nombreuses années sur l'économie numérique. Fondateur de TERA Consultants en 1996, il est aussi Directeur Scientifique de Quantifica, membre du comité de rédaction de Communications & Stratégies, du comité scientifique des Ateliers de la concurrence.

Distinctions : Prix d'Economie Industrielle, Prix Harvard l'Expansion, Médaille de l'UIT, Médaille de l'IREST.

Mats CARDUNER

Directeur Général de Google France et Europe du Sud.

Mats Carduner, diplômé d'HEC, se consacre à Internet depuis 1995, en participant au lancement du fournisseur d'accès Infonie. En 1997 il rejoint Havas Interactive en tant que directeur de projet Internet, où il est responsable du site Cadres Online. Fin 1998, il quitte Havas pour lancer la filiale française de Monster, leader mondial du recrutement sur Internet. Après le lancement réussi d'une start-up dans le domaine des réseaux sociaux, il rejoint Google en septembre 2004 en tant que directeur France, puis Europe du Sud.

Emmanuel CHAIN

Diplômé d'HEC (1985), après 2 ans passés au marketing de chez Danone, Emmanuel Chain choisi de devenir journaliste. Il crée l'émission Capital sur M6 qu'il va diriger et animer jusqu'en 2003. Après avoir été directeur de l'information et des magazines de l'information de M6, il crée en 1999 la Sté Eléphant & Cie spécialisée sur les magazines.

Après la création de 2 filiales, Eléphant Story dédiée à la fiction, et Eléphant At Work dédiée à l'événementiel et au contenu Internet et nouveaux marchés, le Groupe Eléphant est aujourd'hui un producteur indépendant de contenu multi médias qui emploie 70 personnes.

Hervé DIGNE

Hervé Digne, 51 ans, lauréat de l'IEP de Paris, licencié en droit et ancien élève de l'ENA a exercé de nombreuses responsabilités dans les médias.

Ancien membre des comités exécutifs d'Hachette Filipacchi Media et de Lagardère Média, il a pendant seize ans occupé des fonctions de direction générale dans la presse, l'édition de chaînes de télévision et internet.

Conseiller pour les médias du premier ministre, Dominique de Villepin, il a créé depuis, Postmedia Finance, société de conseil et d'investissement dans la convergence numérique dont il est président.

Hervé Digne est également administrateur du Centre National des Arts Plastiques (CNAP)

Renaud DONNEDIEU DE VABRES

Renaud Donnedieu de Vabres est ambassadeur chargé de la dimension culturelle de la présidence française de l'Union européenne. Diplômé de l'ENA, il a été chargé de mission auprès de François Léotard, Ministre d'Etat, Ministre de la Défense de 1993 à 1995. En 2002, il a été nommé ministre délégué aux Affaires européennes du premier Gouvernement de Jean-Pierre Raffarin. En 2003 il a été porte-parole de l'UMP. En mars 2004, il a été nommé Ministre de la Culture et de la Communication, fonction qu'il exerce jusqu'en mai 2007.

**Axel GANZ**

Journaliste d'origine, il a exercé successivement comme Rédacteur en Chef et comme Journaliste-Manager dans la presse quotidienne, la presse magazine généraliste, de télévision ou féminine.

En 1979, il a créé en France le groupe Prisma-Presse, aujourd'hui second éditeur de presse magazine en France avec une vingtaine de titres bien connus : Géo, Capital, Télé-Loisirs, Femme Actuelle, Voici, Gala, Télé 2 semaines et Télé Grandes Chaînes pour ne citer que certains.

Pendant 15 ans, il a siégé au Directoire du Groupe Gruner+Jahr (la Division presse de Bertelsmann), en charge des activités internationales et responsable des filiales aux Etats-Unis, en France, en Espagne, en Italie, en Pologne, en Russie et en Chine. Au cours de sa carrière, il a lancé pas moins de 60 titres dans l'ensemble de ces pays. Aujourd'hui il est membre du Conseil de Surveillance.

Emmanuel HOOG

Président-directeur général de l'Institut national de l'audiovisuel (INA) depuis 2001. Président de la Copeam (Conférence permanente de l'audiovisuel méditerranéen) depuis 2008.

Ancien président de la Fédération internationale des archives de télévision (FIAT/IFTA) (2002-2006).

Auditeur à l'IHEDN (Institut des hautes études de défense nationale) (2003-2004). Chef du service budgétaire et financier du ministre chargé de la Culture et de la Communication (1988-1992). Administrateur du Théâtre national de l'Odéon (1992-1997). Directeur de l'association le Printemps des poètes (1995-2001). Directeur délégué du Piccolo teatro de Milan (1997-1998), de la Maison de la culture de Seine-Saint-Denis (MC 93) (depuis 2002). Conseiller auprès du président de l'Assemblée nationale (Laurent Fabius), chargé de la culture et de l'audiovisuel (1997-2000). Conseiller auprès du ministre de l'Economie, des Finances et de l'Industrie (Laurent Fabius) chargé de la culture et de l'audiovisuel, des entreprises de presse et des industries culturelles (2000-2001). Maître de conférences notamment à l'Institut d'études politiques de Paris (depuis 1996). Membre du conseil d'administration de l'Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales (EHESS) (depuis 2005). Membre du comité de pilotage pour la Bibliothèque numérique européenne (BNUe) (depuis 2005). Membre du « High Level Group on Digital Libraries » mis en place par la Commission européenne et présidé par Viviane Reding (depuis 2006). Administrateur-Fondateur du Pôle Image Multimédia et Vie numérique d'Ile-de-France (depuis janvier 2006). Président de la Maison de la Poésie (depuis 2006). Membre du Conseil scientifique de l'Université de la Sorbonne Nouvelle – Paris 3 (depuis 2008). Président du Comité d'histoire de la télévision (depuis 2008). Auteur de nombreux articles et ouvrages. Officier des Arts et des Lettres Chevalier de l'Ordre national du Mérite

Alain KOUCK

Diplômé de l'ESLSCA à Paris, Alain Kouck est entré en 1996 dans le groupe CEP Communication (qui deviendra Vivendi Universal Publishing puis Editis) en qualité de Directeur général adjoint, en charge des activités commerciales et industrielles Presse et Livres.

Il dirige aujourd'hui en qualité de Président-directeur général d'Editis et Président du Directoire d'Editis Holding, le 2^{ème} groupe d'édition français, filiale à 100% depuis mai 2008 de Grupo Planeta, le leader espagnol dans le secteur des médias et de l'édition.

Alain Kouck est membre du Bureau du Syndicat National de l'Edition et du Conseil d'administration du Cercle de la Librairie.

Véronique MORALI

Après des études à l'IEP de Paris, l'ESCP et l'ENA, Véronique Morali intègre l'inspection des finances en 1986. En 1990, elle choisit l'aventure entrepreneuriale et rejoint le groupe Fimalac dont elle est aujourd'hui administratrice, et présidente de Fimalac Développement. Elle préside également la commission Dialogue économique du Medef. En 2005, Véronique Morali a par ailleurs fondé l'association Force Femmes.

Véronique Morali est à l'initiative du projet Terrafemina et en assure la Présidence.

**Pascal ROGARD**

Pascal Rogard, né en 1949, diplômé en droit public, se forme à l'Institut d'Etudes Politiques de Paris. Il débute en créant une troupe de théâtre et en réalisant plusieurs mises en scène et occupe de 1981 jusqu'au 31 Octobre 2003 différentes fonctions au sein de nombreux organismes professionnels et en particulier :
Secrétaire Général de la Chambre Syndicale des Producteurs et Exportateurs de Films Français ;
Secrétaire Général du C.I.C.C.E. (Comité des Industries Cinématographiques et Audiovisuelles des Communautés Européennes et de l'Europe Extracommunautaire)
Délégué Général de l'A.R.P. (Société des Auteurs, Réalisateurs et Producteurs).
Le 1^{er} Janvier 2004, Pascal Rogard est nommé Directeur général de la Société des Auteurs et Compositeurs Dramatiques et préside la Coalition française pour la diversité culturelle. Depuis Juillet 2005, Pascal Rogard est président du Comité de lecture et de la Commission de soutien à la production audiovisuelle de la région Rhône-Alpes.
Pascal Rogard est également Chevalier de la Légion d'Honneur, Officier de l'Ordre du Mérite National, Commandeur des Arts et Lettres.

Nicolas SEYDOUX, Président de l'Association Forum d'Avignon

Après des études de droit, IEP et New York Business School, Nicolas Seydoux, né en 1939, a été directeur du département juridique de la Compagnie Internationale pour l'Informatique avant de devenir Conseiller financier à Morgan Stanley, à New York puis à Paris. Vice-Président-Directeur Général de Gaumont de 1974 à 1975, il en devient Directeur général dès 1975. Depuis le 27 juillet 2004, Nicolas Seydoux est Président du Conseil de Surveillance de Gaumont. Il est par ailleurs Président de la lutte contre la piraterie audiovisuelle (ALPA) depuis 2002 et Vice-Président du Conseil de Surveillance d'Arte France depuis 2003.



Quelques chiffres sur la culture et l'économie en Europe

Le champ des activités culturelles et au-delà de secteurs créatifs constitue un domaine clé de l'économie, un facteur important de l'emploi qualifié et de la croissance globale¹. Dans l'union européenne, le secteur culturel représente ainsi deux fois celui des activités informatiques ou de la Recherche et développement, davantage que celui des postes et télécommunications, de la construction automobile ou de l'industrie chimique. Par les dépenses des ménages, la culture est encore le vecteur de la diffusion des TIC et du dynamisme des industries des télécommunications, de l'informatique et de l'électronique grand public.

La culture contribue à développer le marché européen de l'emploi. Ainsi, en 2005, près de 5 millions de personnes de l'Union Européenne des 27 Etats membres travaillent dans le secteur culturel, soit 2,4 % de l'emploi total², sans compter les emplois liés (tourisme, sous-traitance, etc.).

La culture est créatrice de valeurs tant sur le plan économique et du développement, que sur le plan de l'innovation et de la cohésion sociale. Mesurer la place de la culture dans l'économie, c'est donc également dépasser la seule approche – certes importante – de son poids dans le PIB, mais apprécier les effets directs et indirects des investissements culturels dans une perspective plus large, prendre en compte la façon dont la culture irrigue tout le tissu économique et social, favorise l'attractivité et la vitalité urbaine, touristique, créative (Bilbao, Glasgow, Lille, Montréal, Bologne, Chennai, Barcelone, Edinburgh ...).

Cinquante ans après la signature du traité de Rome, acte fondateur de l'Europe, Eurostat, organisme statistique de l'Union européenne, a publié fin 2007 le premier recueil de données comparables sur le secteur de la culture : « *Cultural statistics* ». Portant sur les 27 pays de l'Union européenne et certains pays candidats ou pays de l'Association européenne de libre échange (AELE), l'étude statistique a pour objectif de contribuer à « *une meilleure compréhension des mécanismes et des liens qui existent entre culture et développement économique et social* ».

Les données publiées dans ce *Pocketbook* s'appuient sur la définition élaborée à l'occasion des travaux antérieurs du groupe de travail européen sur les statistiques culturelles. Le choix a été fait de limiter ce champ aux activités considérées comme culturelles par tous les États membres. Sur cette base, le champ culturel a été structuré en une soixantaine d'activités au croisement de huit domaines (patrimoine artistique et monumental, archives, bibliothèques, livre et presse, arts plastiques, architecture, arts du spectacle, audiovisuel/multimédia) et six fonctions (conservation, création, production, diffusion, commerce, formation).

Bien que certaines activités ne fassent pas toutes l'objet d'analyses dans tous les pays de l'Union européenne, certains indicateurs permettent de délivrer une vision européenne de l'importance de la culture dans l'économie.

¹ En 2003, le secteur culturel étendu très largement aux secteurs « créatifs » aurait représenté 2,6 % du PIB de l'Union européenne, soit environ 654 milliards d'euros, selon les estimations de l'étude réalisée par KEA pour la Commission européenne en 2006
² Eurostat, « *Cultural statistics* », *Pocketbook*, 2007

1 – L'emploi culturel direct

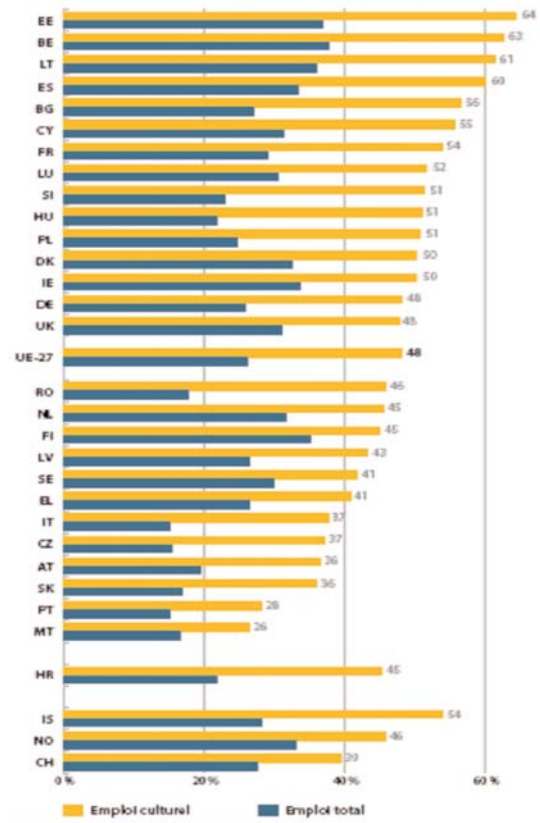
Une des principales caractéristiques de l'emploi culturel européen est le niveau élevé d'éducation : ainsi 48 % des personnes travaillant dans le secteur culturel ont un niveau d'études de l'enseignement supérieur, comparé à 26 % pour l'ensemble des actifs. En revanche l'emploi culturel offre une sécurité de l'emploi moindre : emplois temporaires et à temps partiel.

L'emploi culturel dans l'emploi total, 2005 (milliers)

	Emploi		
	Culturel	Total	%
UE-27	4 940,3	208 945	2,4
BE	89,4	4 212	2,1
BG	53,4	3 008	1,8
CZ	93,7	4 739	2,0
DK	82,4	2 737	3,0
DE	1 003,9	36 179	2,8
EE	19,2	609	3,2
IE	47,9	1 929	2,5
EL	92,4	4 382	2,1
ES	389,8	18 893	2,1
FR	487,9	24 312	2,0
IT	464,4	22 650	2,1
CY	7,8	348	2,2
LV	27,5	1 028	2,7
LT	36,3	1 453	2,5
LU	3,5	193	1,8
HU	79,8	3 891	2,1
MT	3,4	148	2,3
NL	305,8	8 112	3,8
AT	88,6	3 754	2,4
PL	231,3	13 947	1,7
PT	69,8	5 132	1,4
RO	97,8	9 298	1,1
SI	22,2	947	2,3
SK	40,3	2 196	1,8
FI	79,3	2 418	3,3
SE	153,5	4 357	3,5
UK	870,0	28 072	3,1
HR	30,0	1 531	2,0
IS	6,0	157	3,8
NO	48,0	2 212	2,2
CH	104,6	3 945	2,7

Date d'extraction des données : mars 2007
Source : Eurostat, UE Enquête Forces de travail, 2005

Pourcentage de personnes en emploi ayant un niveau d'enseignement supérieur, 2005



Source: Eurostat, UE Enquête Forces de travail, 2005

2 – Dépenses et pratiques culturelles des ménages

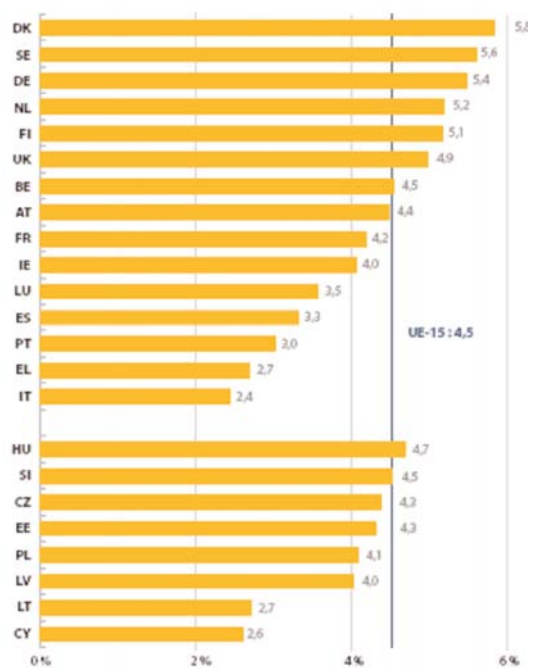
À côté des trois grandes catégories de dépenses des ménages – logement, alimentation et transports –, les dépenses de loisirs et culture arrivent en quatrième poste de dépenses. Il faut noter que le montant des dépenses culturelles reflète des différences dans les pratiques culturelles mais aussi des différences de prix en Europe. Ces différences de prix peuvent être réduites en exprimant les dépenses en termes de « standard de pouvoir d'achat » (Spa).

Dépenses culturelles annuelles moyennes par ménage, 1999 (euros, SPA et % des dépenses totales)

	Dépenses de consommation		Part des dépenses culturelles	Dépenses culturelles
	Total	Culture		
	euros	euros	%	SPA
UE-15	25 114	1 124	4,5	1 076
BE	27 188	1 226	4,5	1 236
DK	29 255	1 695	5,8	1 358
DE	25 228	1 374	5,4	1 284
EL	19 147	510	2,7	623
ES	17 076	562	3,3	666
FR	25 876	1 079	4,2	1 025
IE	28 709	1 156	4,0	1 197
IT	24 081	583	2,4	659
LU	44 190	1 563	3,5	1 530
NL	24 607	1 270	5,2	1 324
AT	28 145	1 251	4,4	1 175
PT	13 418	401	3,0	554
FI	21 571	1 106	5,1	934
SE	28 883	1 608	5,6	1 207
UK	29 850	1 475	4,9	1 366
CZ	6 730	292	4,3	578
EE	4 287	184	4,3	336
CY	21 020	542	2,6	689
LV	4 890	195	4,0	427
LT	4 419	119	2,7	271
HU	5 748	268	4,7	507
PL	6 010	243	4,1	461
SI	13 507	609	4,5	884

Source : Eurostat, Enquêtes Budget des ménages – UE-15 : enquêtes de 1999 ; données nationales pour les nouveaux États membres (CY : 1997 ; SI : 2001 ; LV, HU et PL : 2002 ; CZ, EE et LT : 2003)

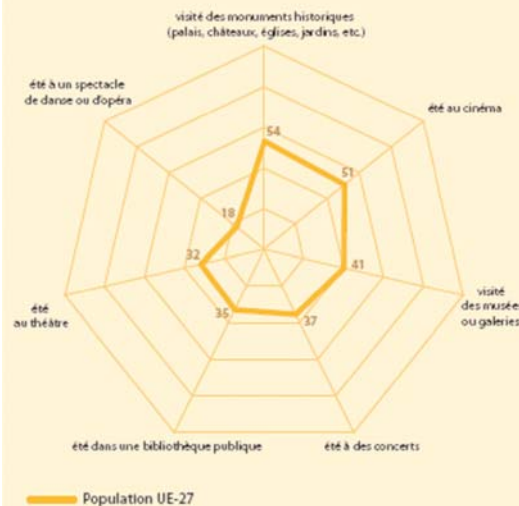
Part des dépenses culturelles dans les dépenses totales des ménages, 1999 (%)



Source : Eurostat, Enquêtes Budget des ménages – UE-15 : enquêtes de 1999 ; données nationales pour les nouveaux États membres (CY : 1997 ; SI : 2001 ; LV, HU et PL : 2002 ; CZ, EE et LT : 2003)

Pratiques culturelles des Européens, UE-27, 2007 (%)

Ont au moins une fois au cours des 12 derniers mois :

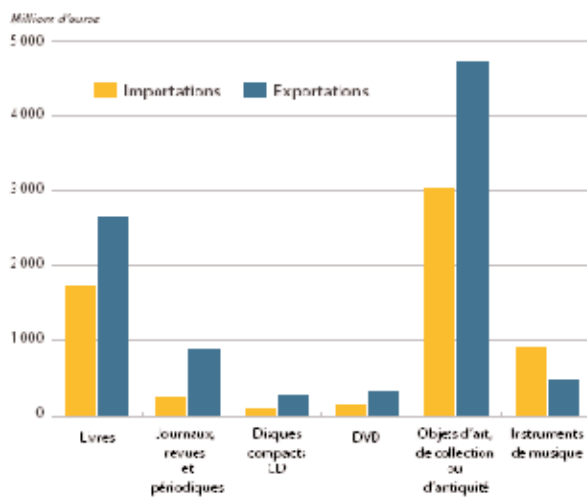


Réponses multiples possibles.
Note de lecture : en 2007, 51 % des Européens (UE-27, âgés de 15 ans ou plus) sont allés au cinéma au moins une fois dans les 12 derniers mois.
Source : Eurobaromètre 67.1, 2007

3 - Importations et exportations des biens culturels en Europe

L'Union européenne est souvent perçue comme un grand importateur de produits culturels qui peine en revanche à exporter ses créations. Mais l'Union européenne affiche un solde positif de sa balance commerciale dans le secteur des biens culturels. Ainsi, en 2006, la balance du commerce extérieur de l'Union européenne avec le reste du monde est excédentaire de 3 milliards d'euros pour les principaux biens culturels mesurés (livres, journaux et périodiques, CD et DVD, objets d'art, de collection ou d'antiquité et instruments de musique). A noter toutefois que ces statistiques ne portent que sur les biens culturels et ne prennent pas en compte les licences et droits d'auteurs, lesquels sont au cœur des échanges musicaux, audiovisuels et cinématographiques, notamment entre l'Europe et les Etats-Unis.

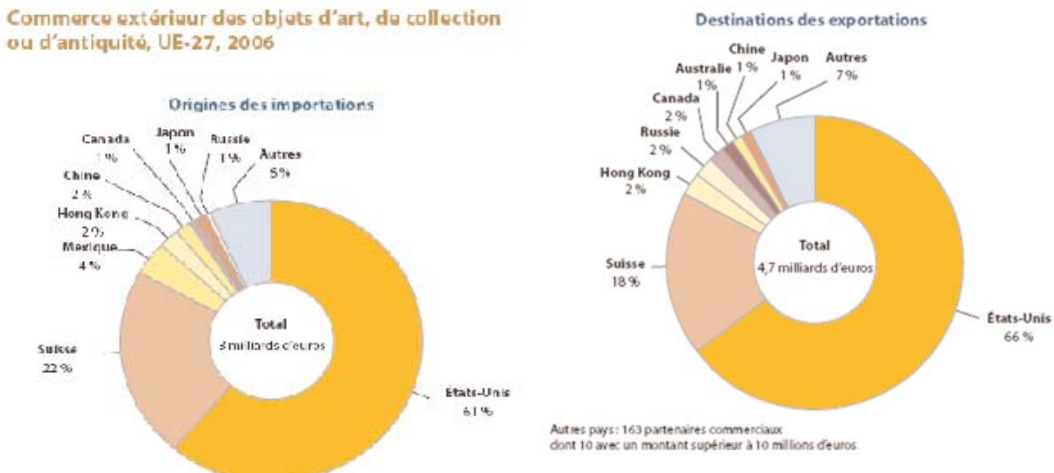
Commerce extérieur des principaux biens culturels, UE-27, 2006



Date d'extraction des données : avril 2007
Source: Eurostat, Comext

Sur les trois milliards d'euros excédentaire en 2006, le solde excédentaire des échanges d'objets d'art atteint à lui seul 1,7 milliard d'euros (4,7 milliards d'euros d'exportations et 3 milliards d'euros d'importations), un poste en première position en valeur dans le commerce extérieur des biens culturels européens.

Commerce extérieur des objets d'art, de collection ou d'antiquité, UE-27, 2006



Autres pays: 158 partenaires commerciaux dont 5 avec un montant supérieur à 10 millions d'euros.

Autres pays: 163 partenaires commerciaux dont 10 avec un montant supérieur à 10 millions d'euros.

Source: Eurostat, Comext

Par ailleurs, le commerce intra-communautaire pour les principaux biens culturels est important puisqu'il est légèrement supérieur aux exportations de l'ensemble des pays de l'Union Européenne – 27 vers le reste du monde.

4 – Indicateurs économiques de quelques secteurs culturels

Les chiffres d'affaires, le nombre d'entreprises, la valeur ajoutée constituent des indicateurs d'activité de secteurs culturels et des médias parmi les plus dynamiques.

4.1 – L'édition

Le chiffre d'affaires engendré par les 55 000 entreprises de l'édition de livres, journaux et périodiques de l'Union Européenne – 27 en 2004 a dépassé 118 milliards d'euros. Ces activités représentent 2,6 % du nombre d'entreprises, 1,9 % du chiffre d'affaires et 2,1 % des emplois de l'industrie manufacturière.

Chiffre d'affaires des activités d'édition¹, 2004 (millions d'euros)

	Édition de livres	Édition de journaux	Édition de revues et périodiques	Total de l'édition
UE-27	32 548e	45 483e	40 340e	118 371e
BE	857,6	806,1	1 061,7	2 725,4
BG	:	:	:	:
CZ	375,0	257,3	198,5	830,8
DK	637,3	1 051,0	690,0	2 378,3
DE	6 432,5	12 221,5	6 975,3	25 629,3
EE	26,5	52,0	28,9	107,4
IE	177,1	375,4	219,4	771,9
EL	:	:	:	:
ES	3 064,6	2 957,1	1 708,5	7 730,2
FR	5 174,9	5 350,2	7 873,0	18 398,1
IT	4 269,9	3 633,7	4 405,3	12 308,9
CY	c	38,8	18,2	:
LV	23,1	42,9	51,8	117,8
LT	39,5	72,4	40,1	152,0
LU	:	:	:	:
HU	309,6	262,9	352,6	925,1
MT	:	:	:	:
NL	1 668,5	2 216,4	2 669,4	6 554,3
AT	349,4	1 029,8	565,6	1 944,8
PL	833,1	621,6	417,1	1 871,8
PT	391,9	447,3	426,1	1 265,3
RO	102,1	101,3	87,7	291,1
SI	c	155,8	52,9	:
SK	90,6	48,2	83,2	222,0
FI	379,4	1 291,4	782,2	2 453,0
SE	839,4	2 054,9	977,9	3 872,2
UK	5 942,6	9 612,1	10 195,7	25 750,4
NO	628,5	1 566,5	574,4	2 769,4

1. L'« édition » est définie ici comme « l'édition de livres, journaux, revues et périodiques » (NACE DE 22.11 + 22.12 + 22.13). Ces activités représentent 93 % du chiffre d'affaires du groupe NACE DE 22.1. L'édition d'enregistrements sonores et les autres activités d'édition ont été exclues.

Source : Eurostat, Statistiques structurelles sur les entreprises

4.2 – L'architecture

En 2004 et pour les 20 États membres disposant de cette information, 1,6 million de personnes travaillaient dans 600 000 entreprises d'architecture et d'ingénierie qui réalisaient un chiffre d'affaires de 140 milliards d'euros.

Nombre d'entreprises, chiffre d'affaires et valeur ajoutée au coût des facteurs dans les activités d'architecture et ingénierie, 2004

	Principaux indicateurs			Part dans l'immobilier, la location et les services aux entreprises		
	Entreprises Nombre	Chiffre d'affaires Millions d'euros	Valeur ajoutée Millions d'euros	Entreprises %	Chiffre d'affaires %	Valeur ajoutée %
BE ¹	15 828	5 215,9	2 131,9	15,9	8,6	9,0
DK	5 044	5 095,1	2 122,3	7,9	13,3	8,7
DE	84 765	31 030,3	18 125,6	15,1	8,5	8,4
EE ¹	807	98,3	47,9	9,8	6,7	8,1
IE ¹	3 750	2 666,1	1 092,9	14,1	12,2	10,4
EL	33 411	2 508,4	1 340,0	-	-	-
ES	91 475	14 760,9	7 581,6	17,1	7,9	9,2
IT ¹	224 357	18 034,3	9 928,0	24,1	9,1	12,0
LV	903	120,6	45,8	4,9	8,4	7,8
LT	1 647	201,2	91,1	19,3	13,1	14,1
LU ¹	376	-	168,4	4,6	-	6,2
MT	381	55,3	16,0	-	-	-
PL ¹	40 197	2 408,1	857,9	14,9	9,2	10,0
PT	6 122	2 157,6	292,8	9,9	10,8	3,9
RO	7 619	563,5	259,5	12,4	11,3	14,4
SI	3 589	1 030,7	303,4	18,7	22,3	20,9
SK	1 166	471,8	137,6	12,8	15,2	11,3
FI	4 939	2 800,0	1 470,0	10,6	12,8	13,8
SE	29 403	6 651,1	3 228,6	14,4	9,6	9,5
UK	56 435	44 025,0	23 631,1	9,8	9,8	9,0
NO	9 001	4 352,4	2 092,8	10,1	12,5	11,8

1. Données 2003.

Source : Eurostat, Statistiques structurelles sur les entreprises 2003, 2004

4.3 – Le cinéma

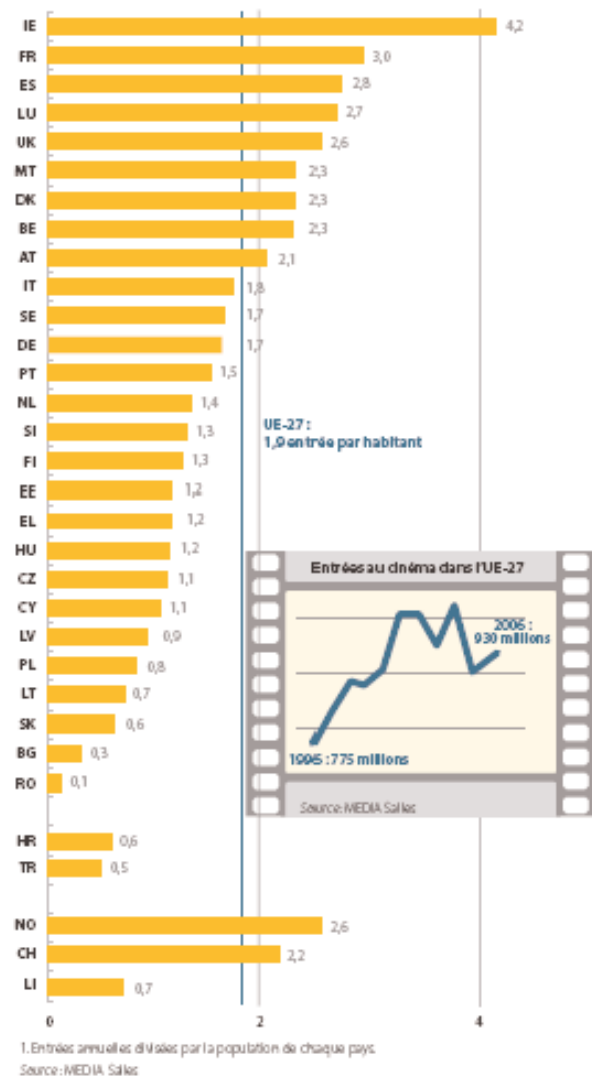
En 2006, 930 millions d'entrées au cinéma dans l'Union Européenne des 27 ont été comptabilisées, soit 1,9 entrée annuelle par habitant.

Entrées et recettes cinématographiques

	Entrées			Entrées par habitant	Recettes brutes
	Nombre (milliers)				
	2000	2005	2006	Nombre moyen 2006	2005
UE-27	901 139	898 213	929 225p	1,9p	1
BE	23 548	21 902	23 807p	23	128 790
BG	2 217	2 422	2 362	03	5 961
CZ	8 719	9 479	11 909	1,1	29 466
DK	10 691	12 187	12 000	23	84 387
DE ¹	152 533	127 318	136 679	1,7	744 999
EE	1 084	1 133	1 987	1,2	4 816
IE	14 886	16 396	17 854	42	94 400
EL	12 700e	12 700e	13 000p	1,2e	1
ES	135 391	127 651	121 654	28	624 951
FR	165 937	175 340	188 673p	30	1 024 139
IT ²	97 819	102 464	104 200p	1,8	588 968
CY	1 012	822	813	1,1	5 457
LV	1 457	1 679	2 141	09	5 502
LT	2 103	1 189	2 480	07	3 601
LU	1 362	1 158	1 252	2,7	7 624e
HU	14 287	12 124	11 665	1,2	38 355
MT	966	988e	948p	23	4 437e
NL ³	21 581	20 632	22 518	1,4	135 248e
AT	16 299	15 680	17 344	2,1	104 282
PL	20 892	24 966	32 374p	08	91 896e
PT	19 224	17 165	16 367	1,5	70 414
RO	5 112	2 830	2 777	01	6 636
SI	2 077	2 444	2 085p	1,3	9 123
SK	2 646	2 184	3 396p	06	5 221
FI	7 091	6 059	6 087p	1,3	44 910
SE	16 978	14 609	15 293	1,7	119 538
UK	142 507	164 692	156 500	26	1 123 595
HR	2 743	2 174	2 669	06	6 704
TR	26 040	27 592	34 861p	05	114 545
IS	1 569	1 400	1	1	12 822
LI	28	26	25	07	219
NO	11 586	11 314	12 012	26	98 128
CH	15 564	14 950	16 380	2,2	137 829

1. Y compris les cinémas municipaux.
 2. D'après les données de la Société italienne des auteurs et éditeurs (SIAE) : écarts actifs plus de 60 jours par an.
 3. Non compris les données de quelques petits distributeurs.
 Source : MEDIA Salles

Nombre moyen d'entrées annuelles au cinéma par habitant¹, 2006



En 2006, plus de 1 000 films ont été produits en Europe-25, comme en Inde, contre moitié moins aux Etats-Unis ou au Japon.

UE (25)	1 067
Inde	1 016
US	485
Japon	417



5 – Le rôle prépondérant des Etats-Unis dans l'industrie audiovisuelle et cinématographique

En ce qui concerne l'audiovisuel, la domination américaine est importante et rappelle en creux l'importance des dispositifs de soutien à la production audiovisuelle et cinématographique en Europe pour rendre concrète l'exigence de diversité culturelle. Sur les dix premiers groupes mondiaux en 2006, seuls trois ne sont pas américains, dont le japonais Sony en quatrième position, le français Vivendi en huitième position et l'allemand Bertelsmann en dixième position.

Classement par chiffre d'affaires audiovisuel des 10 premiers groupes mondiaux, en millions USD

Rang	Entreprise	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
1	Walt Disney	18 609	18 168	18 864	20 649	23 002	22 921	24 360
2	Time Warner	19 069	19 845	21 900	19 401	20 907	21 535	20 898
3	News Corp	8 358	8 318	10 183	14 417	16 258	17 433	19 417
4	Sony	14 626	17 161	20 151	20 159	16 006	17 910	16 819
5	NBC Universal	6 797	5 769	7 100	6 900	12 900	14 689	16 200
6	The DirecTV Group Inc	6 381	7 498	8 185	8 292	11 360	13 165	14 756
7	CBS Corp						13 349	13 513
8	Vivendi Universal	14 336	14 733	19 058	19 860	15 494	10 600	11 885
9	Viacom	15 910	18 046	18 858	19 758	21 374	9 610	11 467
10	Bertelsmann	6 155	6 566	7 420	9 047	10 113	8 546	10 084

1 Warner Music Group a été vendu en 2003 et n'est pas inclus dans le chiffre d'affaires 2003 de Time Warner.

2 Séparation de Viacom en deux entités Viacom inc. Et CBS Corp le 31.12.2005

3 Vivendi Universal Entertainment a été déconsolidé le 11 mai 2004

Source : Observatoire européen de l'audiovisuel

L'analyse du marché mondial de la télévision révèle également la forte domination du marché américain qui compte systématiquement pour plus de 40 % du marché mondial de la télévision. Le Japon arrive en seconde position, suivi du Royaume-Uni, de l'Allemagne et de la France.

Marché mondial et européen de la télévision en millions d'euros 2004 - 2007 / estimations 2008 - 2011

million d'euros	2004	2005	2006	2007	2008	2011
Amérique de Nord	96	101	109	111	116	131
Europe	66	69	72	76	79	90
France	9	9	10	10	11	12
Allemagne	12	13	13	13	14	14
Italie	8	8	9	10	10	12
Espagne	5	5	6	6	7	8
Royaume-Uni	15	16	16	16	17	18
Pologne	3	3	3	3	3	4
Asie Pacifique	49	53	56	59	62	74
Chine	6	7	7	8	9	11
Inde	3	4	4	5	5	7
Japon	27	28	27	29	30	35
Amérique Latine	13	15	16	16	17	20
Bresil	5	5	6	6	7	8
Mexique	3	3	4	4	4	4
Afrique et Moyen Orient	4	5	5	6	6	7
Total	228	243	258	268	281	322



Liste des invités

Architecture, patrimoine :

ImantsJean LANCMANIS, conservateur du Château de Rundale ; NOUVEL, Ketil TREDAL THORSEN (architecte Opéra Oslo)

Arts plastiques :

Martin BETHENOD, Commissaire général de la FIAC ; Frieder BURDA ; Guillaume CERRUTI, PDG Sotheby's France ; Eric CORNE, artiste ; Alain FLEISCHER, artiste ; Serge LEBORGNE, galeriste ; Sonia PERRIN, Fondation Cartier ; Michelangelo PISTOLETTO, artiste, Cittadellarte ; Nicolas ORLOWSKI, Thaddaeus ROPAC, photographe ; Artcurial ; SARKIS, artiste

Cinéma :

Jean-Jacques ANNAUD ; Luc BESSON ; John BOORMAN ; Souleymanne CISSE ; Agnieszka HOLLAND ; Ilmar RAAG ; Liv ULLMAN, Fédération européenne des réalisateurs de l'audiovisuel

Economie, banques, industrie :

Laurent BENZONI, économiste ; Laurent DASSAULT, Vice-Président Groupe Marcel Dassault ; Hervé DIGNE, Président-fondateur Postmedia ; Jean-Hervé LORENZI, économiste, Compagnie financière Edmond de Rothschild ; Véronique MORALI, Fimalac ; Louis SCHWEITZER, Président de la HALDE ; Philippe VAYSSETTES, Président Banque de Neuflyze – OBC.

Édition, presse, littérature :

Nicolas BEYTOUX, Directeur pôle médias DI Group ; Antoine GALLIMARD, Président Éditions Gallimard ; Axel GANZ ; Alain, KOUCK, Président Editis ; Francis MOREL, Directeur général Le Figaro ; Erik ORSENNA ; Peter SLOTERDIJK, philosophe ; Thomas SPARR, Vice Président Suhrkamp Verlag.

Gastronomie :

Massimiliano ALAJMO ; Heston BLUMENTHAL ; Christian ETIENNE ; Pierre HERME ; Xavier MATHIEU ; Andoni Luis MUGARITZ

Institutionnels, organisations internationales :

Abdou DIOUF, Organisation internationale de la francophonie ; Véronique CAYLA, Directeur CNC ; Hervé CHAYETTE, SYMEV ; Renaud DONNEDIEU DE VABRES, Ambassadeur chargé de la dimension culturelle de la Présidence française de l'Union européenne ; Emmanuel HOOG, PDG INA ; Jean MUSITELLI ; Pascal ROGARD, Elias SANBAR, Ambassadeur de la Palestine auprès de l'UNESCO

Télévision, radio, Internet :

Nikesh ARORA, Vice Président of European Operations, Google ; Giuliano BERRETA, PDG EUTELSAT ; Mats CARDUNER, Président France et Europe du Sud Google ; Emmanuel CHAIN, Producteur ; Jérôme CLEMENT, Président ARTE ; Jean-Paul CLUZEL, Président Radio France ; Toby COPPEL, Managing Director Yahoo! Europe ; Christophe CUVILLIER, PDG La FNAC ; Patrick DE CAROLIS, PDG France Télévisions ; Mathias DOPFNER, Président du directoire Springer ; Dan GLICKMANN, Chairman MPA ; David KESSLER, Directeur général délégué Radio France ; Jean-Bernard LEVY, PDG Vivendi ; Maurice LEVY, PDG Publicis ; Didier LOMBARD, PDG France Télécom ; Pierre LOUETTE, Président AFP ; Bertrand MEHEUT, Président Groupe CANAL + ; Bernard MIYET, PDG SACEM ; Jan MUEHLFEIT, Chariman Microsoft Europe ; Hartmut OSTROWSKI, Président du directoire Bertelsmann ; Didier QUILLOT, Président du directoire de Lagardère Active ; Martin ROGARD, directeur France DailyMotion ; Jacques SEQUELA, VP Havas Advertising ; Jérôme SEYDOUX, PDG Pathé ; Nicolas SEYDOUX, Président du directoire de GAUMONT ; Alain SUSSFELD, Directeur général UGC ; Nicolas DE TAVERNOST, Président du directoire M6 ; Marc TESSIER, Directeur général Netgem ; Patrick ZELNIK, Président Naïve.

Musique, danse, spectacle vivant :

Hortense ARCHAMBAULT, Festival d'Avignon ; Jérôme DESCHAMPS, Directeur Opéra Comique ; Gérard MORTIER, Directeur Opéra National de Paris ; Ernst VEEN, Directeur, Nieuwe Kerk en Hermitage



Ministres :

Lena ADELSON LILJEROTH (Suède, sera représentée) ; Ferenc CSÁK, secrétaire d'Etat (Hongrie) ; Linda FABIANI (Royaume-Uni) ; Fadila LAANAN (Belgique) ; Marek MADARIC (Slovaquie) ; César Antonio MOLINA (Espagne, sera représenté) ; Bernd NEUMANN (Allemagne) ; Claudia SCHMIED (Autriche).

Commissaire européen :

Viviane REDING



Mécènes et partenaires 2008

Les mécènes et partenaires : témoignage de leur engagement dans le Forum d'Avignon

Partenaire officiel du Forum d'Avignon



Transporteur officiel du Forum d'Avignon



Mécènes



Partenaires





1. Vivendi – partenaire officiel

« Vivendi, acteur majeur de la communication et des médias, se réjouit de s'associer à cette édition du Forum d'Avignon. Depuis six ans, Vivendi a fait le choix résolu des artistes et de la création comme moteur du développement de l'ensemble de ses métiers : musique ; cinéma ; TV ; jeux vidéo ; internet et mobile. Nous sommes en effet convaincus que la culture est au cœur de toutes ces nouvelles activités, qu'elle contribue au rayonnement de la France et de l'Europe et qu'elle constitue plus que jamais un facteur de croissance pour l'ensemble de l'économie. C'est pourquoi Vivendi est heureux d'apporter son soutien en tant que partenaire à cette initiative lancée par la Ministre de la Culture, dans le cadre de la Présidence française de l'Union Européenne. »

2. Air France – transporteur officiel

Le Forum d'Avignon constitue à ce jour la première initiative d'envergure pour favoriser le dialogue entre acteurs du monde culturel, médiatique et économique autour des notions de culture et de croissance. Pour donner un nouvel élan à ce dialogue, l'évènement rassemblera artistes, intellectuels, décideurs publics, et chefs d'entreprise... Autant de personnes que l'on retrouve à bord des avions de notre Compagnie qui desservent les quatre coins du monde.

Si de nombreuses valeurs sont communes au Forum d'Avignon et à Air France, c'est avant tout parce que le voyage est par essence échange et ouverture sur le monde. En tant que première compagnie aérienne mondiale en terme de chiffre d'affaires, il est de notre responsabilité de contribuer à la promotion culturelle, partie intégrante de notre activité. Ne sommes nous pas considérés comme les premiers ambassadeurs de la France à l'étranger ? En puisant dans notre art de vivre « à la française », nous nous engageons à faire du voyage un moment d'exception. Le voyage aérien devient alors en lui-même un événement culturel.

Si notre Compagnie a souhaité être partenaire du Forum d'Avignon, en facilitant la venue de personnalités éminentes, c'est parce que l'apport des échanges culturels à notre croissance est inestimable. Or, nous croyons que l'aérien n'a de valeur que s'il est au service des hommes qu'il rapproche. Cette ambition ne nous a pas quittés, et c'est tout le sens que prend notre engagement pour ce temps fort de la Présidence française de l'Union Européenne.

3. Caisse des dépôts et consignations – mécène

Institution financière publique au service du développement économique du pays, la Caisse des Dépôts est un des pionniers du mécénat en France. Conçu comme un prolongement de son activité au service du pays, le mécénat se déploie dans quatre domaines, la musique classique, la jeune création, la lecture et la solidarité urbaine.

Propriétaire du Théâtre des Champs Elysées, la Caisse des Dépôts soutient l'ensemble de sa programmation. Elle a ainsi permis à cette salle qui a joué un rôle de premier plan dans la redécouverte du répertoire baroque de se hisser au rang des toutes premières scènes musicales internationales. En matière de musique, la Caisse des Dépôts apporte par ailleurs son soutien à des structures de diffusion et à de nombreuses démarches de sensibilisation des publics.

Premier financeur du logement social, la Caisse des Dépôts a contribué à l'émergence des compagnies de danses urbaines. Né dans les quartiers en difficulté, ce mode d'expression a aujourd'hui atteint une maturité qui lui permet d'enrichir les autres esthétiques de la danse.

Dans ces quartiers, la Caisse des Dépôts soutient un grand nombre d'initiatives visant à mieux intégrer les jeunes dans la cité par la pratique artistique. Enfin, la Caisse des Dépôts vient de lancer un nouveau programme consacré à la lecture.

Tous les projets soutenus par la Caisse des Dépôts portent son ambition de contribuer à l'accès, à la pratique et au partage de la culture par le plus grand nombre.



4. Bertelsmann – mécène

Bertelsmann est un groupe de médias international, très engagé dans le domaine culturel. Avec RTL Group, Random House, Gruner+Jahr, BMG, Arvato et Direct Group, notre objectif est d'accueillir, dans tous nos domaines d'activités, les artistes, les auteurs et autres talents créatifs. Nous défendons la liberté artistique, la liberté de pensée, la démocratie et les droits de l'homme, le respect des traditions et des valeurs culturelles ; ainsi nos contenus reflètent-ils les positions et les opinions les plus diverses. En tant que groupe de médias global, ayant ses racines en Europe, l'identité européenne et la diversité culturelle mondiale nous tiennent particulièrement à cœur.

Les médias sont à la fois des biens culturels et économiques. Nous sommes tout à fait conscients de cette dualité, et y voyons la particularité de notre activité. Nous savons que les contenus que nous produisons chaque jour, en tant qu'entreprise de médias à vocation culturelle, jouent un rôle important pour la compréhension des contextes politiques et sociaux. Nous croyons également qu'indépendance et diversité sont indissociables de toute réussite économique.

C'est pour cette raison que Bertelsmann salue le dialogue social ouvert quant aux défis et aux chances de l'avenir culturel, des médias et de l'économie dans un monde numérique. Le premier Forum d'Avignon est aujourd'hui pour ceci une excellente plate-forme.

Hartmut Ostrowski
Président du Directoire de Bertelsmann AG

5. Ernst & Young – mécène

Face à un monde où la convergence est à la fois technique et culturelle, les professionnels d'Ernst & Young défendent au quotidien les intérêts de toutes nos entreprises, grandes ou petites.

Le phénomène de la mondialisation fait craindre une homogénéisation des comportements et méthodologies et, plus grave encore, des cultures. Appliquée à répondre aux attentes des consommateurs de tous horizons, la sphère économique doit considérer le poids croissant des aspects culturels et immatériels. La « diversité », dans son sens le plus noble et la diversité permise par les progrès technologiques qu'utilisent les « consommateurs », s'installe jour après jour dans nos modes de fonctionnement.

Les économies gagnantes seront celles qui réuniront le plus de dirigeants capables de construire une croissance adossée au foisonnement d'idées et de désirs exprimés par cette diversité.

Les spécialistes d'Ernst & Young, qui accompagnent les entreprises, qu'elles soient financières, industrielles, culturelles ou sociales, savent que mettre en synergie les différentes cultures est le défi à remporter. Ernst & Young Société d'Avocats en s'appuyant sur notre Droit et la pensée qu'il sous-tend s'applique à défendre les droits des créateurs.

Au-delà de son approche professionnelle, Ernst & Young, convaincu que la responsabilité de l'entreprise participe d'une démarche citoyenne, soutient par ses actions de mécénat aussi bien que par le biais de sa fondation d'entreprise, l'innovation, la créativité et le rayonnement de la culture française au sein d'autres cultures.

Engagé également aux côtés de grandes entreprises culturelles, tant à titre professionnel que sous forme de partenariats, Ernst & Young se sent concerné par la démarche qui prévaut à l'organisation de ce forum d'Avignon et ses promesses d'échanges et de dialogue.



6. Banque de Neuflyze – OBC – mécène

Neuflyze OBC conforte son rôle de mécène de référence dans le domaine culturel en France en s'associant à la première édition du Forum d'Avignon. Son soutien à cet événement s'inscrit naturellement au cœur de sa politique de mécénat dynamique et originale, au service de la création contemporaine et du patrimoine.

Partenaire de prestigieuses institutions – pour des expositions comme pour des événements artistiques majeurs –, Neuflyze OBC accompagne également des artistes ou des éditeurs dans le montage de projets et se plaît à encourager les initiatives porteuses de création.

Banquier de conviction, Neuflyze OBC est également sensible à un événement qui, par les thématiques abordées, s'attache à souligner les liens entre richesse économique et richesse culturelle. Une thématique chère au leader de la banque privée en France, pour qui chaque action de mécénat est l'occasion de créer des correspondances avec ses propres engagements.

Quelques partenariats phares en 2008

- La Nuit des musées / Direction des Musées de France
- Monumenta - Richard Serra
- Cinéfondation au Festival de Cannes
- ParisCinéma
- Le Prix de dessin contemporain de la Fondation Daniel et Florence Guerlain
- Le Prix Marcel Pagnol
- La FIAC

7. Artcurial – mécène

« Artcurial, né au début des années 1970, a connu un nouvel essor avec son installation à l'Hôtel Marcel Dassault, au cœur des Champs-Élysées, en 2002 et son entrée dans le secteur des ventes aux enchères.

Avec plus d'une centaine de ventes organisées chaque année, Artcurial - Briest - Poulain - F.Tajan, leader français des ventes aux enchères, déploie son activité sur plus de 20 spécialités avec le concours d'experts et de spécialistes reconnus en France et à l'international et participe à la vie culturelle de la capitale. En effet, le caractère singulier et unique de cette maison de vente lui est conféré par sa complémentarité avec les activités du groupe Artcurial : la première librairie d'art de France (18 000 références), une galerie à la programmation ambitieuse, des expositions et des conférences sur l'art et la création contemporaine. Artcurial a donc fait le pari de la culture comme facteur de croissance et, à ce titre, a tenu venir en Avignon partager son expérience. »

8. SNCF – partenaire

Le voyage, source d'inspiration inépuisable pour les auteurs et artistes... La gare, le train, foisonnants lieux d'échanges et de rencontres... La SNCF poursuit depuis plusieurs années une politique active dans la culture, et plus particulièrement dans le domaine de la littérature, en soutenant de manière militante l'acte de lire :

- organisation d'un concours d'écriture, comme par exemple le concours de contes que SNCF lance cette année dans le cadre de Lire en Fête ;
 - co-édition avec Gallimard Jeunesse d'une collection à destination des jeunes lecteurs de 7 à 11 ans ;
 - prix SNCF du polar : prix récompensant pour la 9^{ème} année les meilleurs talents du roman policier, français et européens.
- Cet engagement conduit logiquement l'entreprise à participer à ces premières rencontres mondiales culture, médias et économie, théâtre d'échanges et de dialogues entre les différents acteurs de la culture.

9. Fnac – partenaire

« Depuis sa création, la Fnac a été de tous les débats et de tous les combats qui ont contribué à forger ce que l'on a appelé l'exception culturelle. Aujourd'hui, prenant acte d'un monde ouvert et d'une donne totalement bouleversée par la généralisation du numérique, le Forum d'Avignon nous invite à interroger les traditionnelles oppositions entre le marché et la culture, entre les règles et l'exception.

Pour un acteur culturel engagé comme la Fnac, qui se situe à la croisée des mondes économique, culturel et technologique, à l'écoute de millions de clients dans 8 pays, dans ses magasins et sur internet, la démarche et les problématiques au programme de cette première édition sont à la fois familières et passionnantes et c'est avec beaucoup d'enthousiasme qu'elle jouera le jeu, une fois de plus, du dialogue et de l'échange. »

Christophe Cuvillier Président-Directeur général de la FNAC



10. Le Figaro – partenaire

« Le FIGARO et le Forum d'Avignon

La culture est un des éléments forts du contenu du Figaro et un des centres d'intérêts prioritaires pour nos lecteurs. Dans cet esprit et afin de renforcer encore cet aspect de notre journal, le Figaro a créé il y a maintenant 3 ans un Cahier Spécial, Et Vous, pour mieux mettre en avant nos pages Culture.

Avec l'arrivée d'Internet et la diffusion très large de toutes les informations, les relations de tout lecteur avec la Culture vont être profondément modifiées. Le Figaro se devait donc de participer à cette réflexion et a déjà intégré cette dimension dans ses sites internet.

L'idée d'un colloque européen sur la culture, l'économie et les médias ne pouvait donc qu'enthousiasmer le Figaro.

C'est pour cela que le Figaro a tenu à parrainer le Forum d'Avignon et à accompagner les sujets qui y seront traités pendant ces trois journées. »

Francis MOREL
Directeur Général

11. SACEM – partenaire

L'action culturelle de la Sacem

L'action culturelle de la Sacem aide la création de musiques et de textes, la production et la diffusion d'œuvres, en particulier celles qui ne peuvent trouver immédiatement sur le marché une exposition suffisante et un retour d'investissement rapide. Cette action prend en compte aussi bien les répertoires difficiles ou exigeants (musique contemporaine, poésie...) que les œuvres créées par des jeunes professionnels dans le domaine des musiques actuelles généralement peu diffusées par les grands médias. La Sacem ordonne son action culturelle selon trois axes : aide à la création/production, soutien au spectacle vivant, participation à la formation d'artistes et auteurs. Elle œuvre également sur le plan international, notamment européen.

Présidence française 2008

Calendrier des colloques organisés par le Ministère de la Culture et de la Communication

	Date	Lieu
Etats généraux du multilinguisme	26 septembre 2008	Paris – La Sorbonne
Séminaire sur les nouvelles frontières de l'économie de la culture	2-3 octobre 2008	Paris – Musée du Quai Branly
Forum européen des politiques architecturales	9-10 octobre 2008	Bordeaux (Arc-en-Rêve)
Réunion des responsables européens des musées	23 octobre 2008	Paris – Musée d'Orsay
Les Arènes européennes de l'indépendance - les PME culturelles en Europe	23-24 octobre 2008	Paris – Muséum national d'Histoire naturelle
Forum d'Avignon - La culture, facteur de croissance »	16-18 novembre 2008	Avignon – Palais des Papes
Colloque « Nouvelles perspectives du dialogue interculturel en Europe »	17-19 novembre 2008	Paris – Centre Pompidou
Réunion du Bureau des archivistes et colloque « la lutte contre le trafic illicite des archives »	18-21 novembre 2008	Archives Nationales à Paris et Direction des archives du monde du travail de Roubaix
Colloque sur la circulation des arts vivants en Europe	24-25 novembre 2008	Paris – Cité internationale universitaire de Paris
Conférence « numérisation du patrimoine culturel - Bibliothèque numérique européenne »	27-28 novembre 2008	Paris – Musée du Quai Branly
Rencontre « Europe : culture croisées »	3 décembre 2008	Paris – INHA-INP
Conférence visant à constituer le réseau des sites labellisés au titre du « patrimoine européen »	4-5 décembre 2008	Avignon – Palais des Papes
Colloque « archives électroniques »	10-12 décembre 2008	Toulouse – Centre des congrès Pierre Baudis.