

TRANS-DIGITAL :

Transitions et transformations des secteurs « arts et culture » à l'aune de la pandémie (2020-2021)

Colloque organisé par l'IESA arts&culture et University of Chicago, Center in Paris

Jeudi 27 mai, 9h30-17h15 : 6 rue Thomas Mann, Paris 13e

Inscriptions : <https://centerinparis.uchicago.edu/events/transdigital20210409>

Ce colloque aborde, sous un angle constructif, l'impact de la pandémie de Covid-19 sur les métiers des arts et de la culture. Des professionnels et des universitaires sont invités à présenter les alternatives, les projets innovants et les métamorphoses de leur propre secteur, qu'il soit artistique, culturel, didactique ou ludique. Ce bilan des pratiques et expérimentations qui ont récemment fait leurs preuves pose notamment la question de la part du numérique, de son rôle et son efficacité : pour qui ? par qui ? sans qui ? Quelles transformations ou transitions digitales entraînées par la crise sanitaire se mettent actuellement en place de façon durable parce qu'efficaces ? Sans minimiser l'existence de limitations liées aux transitions numériques, les intervenants feront le point sur les défis relevés par les artistes et les institutions culturelles, et sur l'adaptation du public. L'IESA arts&culture dont la mission est de former aux métiers de la culture et du marché de l'art coordonne cette initiative.



© Prachi Panvalkar, Architect, Gujarat, India www.instagram.com/prachipanvalkar/

Trans-digital : Transitions and transformations of arts and culture in the age of a pandemic (2020-2021)

This one-day conference tackles the impact of Covid 19 on arts, cultural institutions, and venues. Guest speakers will present what kind of alternatives, innovative projects, and metamorphoses have taken place in their own field, whether artistic, cultural, educational, or recreational. Assessing recent practices and experiments that proved successful raises the question of the digital turn's effectiveness: for whom ? by whom ? without whom ? What successful digital transformations or transitions prompted by the pandemic are now becoming long-term phenomena? Without minimizing the limitations of digitalizing the arts world, presenters will reflect on the challenges that artists and cultural institutions confronted (and still do) and how audiences adapt(ed). The conference is hosted by the Paris center of the University of Chicago and coordinated by IESA arts&culture, a private institute of higher education that specializes in cultural communication and the management of the arts.

PROGRAMME DÉTAILLÉ

Musées, Marché de l'art, Création

9h35-10h20 : Antoine Roland et Hélène Charbonnier

La crise sanitaire, un révélateur des transformations numériques dans le secteur patrimonial ?

La crise sanitaire a mis à l'honneur la présence en ligne des musées et monuments. Dans la perspective d'une réouverture physique de ces lieux, dans quelles mesures cet engagement inédit se pérennisera face à une crise économique qui devrait être particulièrement destructrice ? Cette intervention accueille la directrice du numérique aux musées d'Orsay et de l'Orangerie. La présence en ligne de ces deux institutions culturelles est notoire, leur dépendance au tourisme est élevée et leur situation budgétaire fortement tributaire du développement de leurs ressources propres.

Cette communication donnera d'abord un bref état des lieux de différentes tendances et mutations dans le secteur patrimonial. Mme Charbonnier parlera de la situation actuelle du point de vue institutionnel et politique pour les musées d'Orsay et de l'Orangerie. Elle présentera divers projets numériques et les répercussions de la crise. Le musée poursuit sa transformation ; on assiste à quelques accélérations mais qu'est-ce qui change au juste ? L'analyse des

implications de la pandémie à un niveau organisationnel, économique et médiatiques vis-à-vis des publics est complexe. D'autres stratégies et ce qu'elles ont permis d'engager en termes de dynamiques organisationnelles et relationnelles seront aussi évoquées. Nous tenterons un bilan des projets et défis auxquels se confrontent de tels établissements culturels dans la perspective d'un redéploiement physique. La place qui sera accordée au numérique sera ainsi évaluée dans ses dimensions organisationnelles en lien étroit avec les missions, les espaces physiques, les collections et les publics.

10h20-10h50 Thomas Micaletto,

Marché de l'art & E-reputation : les nouveaux rapports d'influence

Le contexte sanitaire bouscule les formes de diffusion de l'art et transforme les pratiques culturelles. Durant le confinement, le digital offre une alternative aux différents acteurs culturels que sont les musées, galeries, maisons de ventes et foires pour poursuivre au moins une partie de leurs activités. Les réseaux sociaux imposent désormais un réflexe de consultation quotidien aux artistes, collectionneurs et marchands, modifiant profondément les rapports d'influence. Ces nouveaux usages incitent les acteurs culturels à placer le digital au coeur de leur stratégie de communication pour développer leur e-reputation auprès des collectionneurs.

Nous avons observé tout un panorama des initiatives des institutions culturelles pour favoriser la médiation en ligne. Notre analyse s'articule autour des nouvelles données suivantes :

- les réseaux sociaux créent un univers artistique dans lequel les abonnés pourront s'immerger au quotidien et une proximité avec les différents publics
- la visite virtuelle permet de digitaliser une exposition et créer une récurrence de visite chaque mois avec une nouvelle sélection
- les partenariats se multiplient, notamment la collaboration avec les leaders d'opinion pour créer des contenus exclusifs et originaux (jeux-concours, quizz, commentaire d'oeuvre)
- le e-Commerce se met en place avec de nombreux marchands qui mettent à profit le temps du confinement pour créer leur boutique en ligne
- la vente aux enchères passe en ligne avec la présentation de la vente digitale Christie's en partenariat avec La Biennale Paris que nous avons accompagnée en octobre 2020.

Q&A : 10mn

Pause café (11h-11h15)

11h15 : Cyrielle Gauvin

La digitalisation des musées : quels enjeux en droit d'auteur ?

Destinée à lutter contre l'épidémie de la Covid-19, la fermeture de tout lieu recevant du public considéré comme "non indispensable à la vie du pays" a été par deux fois décidée. Afin d'assurer la poursuite de leurs activités, les acteurs du marché de l'art sont contraints de revoir leur politique de fonctionnement et de mettre en place de nouvelles stratégies, principalement orientées vers le digital. Un phénomène qui se décline en numérisation des œuvres d'art et diffusion numérique des collections, digitalisation des collections muséales, expositions virtuelles et reconstructions 3D de salles de musées.

Cette communication traite des questions juridiques soulevées par la digitalisation des musées. Ces changements fondamentaux dans l'expérience muséale nous conduisent à nous interroger en

matière de droit d'auteur, droit à l'image, protection des données et droit des contrats. Facilitant les atteintes au droit d'auteur, qui en est l'une des problématiques essentielles, la digitalisation pose, par exemple, les questions suivantes : le musée a-t-il le droit de numériser le contenu de sa collection ou de ses expositions ? Quels objets de collection sont protégés par le droit d'auteur ? Les photographies et vidéos d'objets de collection sont-elles protégées par le droit d'auteur ? Une autorisation pour les exploiter est-elle nécessaire et quand ? A qui la demander et que doit-elle contenir ? Comment gérer la relation entre le monde du numérique où la gratuité prime et la logique privée des droits d'auteur ?

11h45: Gabrielle Thierry, artiste-peintre

Créer et exposer en plein confinement, des réseaux sociaux au musée: le projet #dessinetafenetre

#dessinetafenetre est une manifestation artistique qui témoigne de nos vies pendant les confinements. Lancée sur les réseaux sociaux en mars 2020 et associée à l'appel mondial #sketchyourwindow, plus de 300 participants de 24 pays y ont répondu. Le dessin est devenu expression immédiate de notre quotidien lié à la pandémie. Nos fenêtres symbolisent nos détresses et nos espoirs les plus ardents tout en évoquant la diversité et l'universalité de nos confinements. Ce projet digital est devenu une exposition au Musée des beaux-arts de La Cohue à Vannes, avec des œuvres qui ont parcouru des milliers de kilomètres alors que les voies de communication se bloquaient successivement. L'ouverture de l'exposition, prévue en décembre 2020, a été repoussée à une date inconnue mais la présentation muséale vit grâce au relais du numérique touchant toutes sortes de communautés. L'intervention décrit comment le numérique a rendu possible ce projet d'envergure internationale qui s'est épanoui en exposition des œuvres originales au musée (resté fermé) et en partage vers tous les publics internautes.

Q&A (10 mn)

Pause déjeuner (12h30-13h45)

Musique et spectacle vivant

13h45-14h35 : Phillip Cartwright, Ekaterina Besson, et Maya Chaarani

Performing Arts at a Distance : Music and Dance Culture during COVID-19

This presentation will focus on the "supply and demand" issues surrounding both musical and dance performance during the Covid19-induced social distancing. Despite devastating and reverberating sociological, economic and psychological ramifications, alternative channels for artistic endeavors and livelihoods have taken place in 2020. Music streaming, live online entertainment (such as films, music, theater and dance performances), and online courses strove to stave off the effects of isolation and loneliness. According to Uses and Gratifications Theory (U>), media use and listening to music are used to achieve relationships and personal identity, and compensate social isolation. But media satisfaction can vary under different loneliness perceptions (short-term, chronic, or severe), most fulfilled being those with short-term deficits of relationships.

Can gratifications obtained from the online music consumption lead to user continuance intention (the long-term intention to use a specific technology)? Our research looks first at qualitative interview data from practicing performing artists and at least one executive from an online provider of music services. The focus is on the current state of the artists' careers and perceptions of online audience engagement. Second, a sample survey is focused on

understanding the effect of perceived consumer loneliness on the motives for continuance consumption of music via digital channels. Our paper will present the preliminary results and conclusions of this research to date.

Elias Lecocq (animation) avec Donatienne Hantin (directrice de production, Festival de jazz à St-Germain-des-Prés), Yvan Boudillet (TheLynk, EMIC, expert numérique et musique), Olivier Haber (directeur de La Seine musicale), Pascal Keyser (directeur de FXP Festival Experiences, filiale numérique du Festival d'Avignon)

Livestream et spectacle vivant : quel retour d'expérience des initiatives mises en œuvre en 2020 dans le cadre de la pandémie ?

Pendant la période du confinement au printemps 2020, une explosion des contenus en ligne diffusés par des acteurs du secteur culturel et plus particulièrement du spectacle vivant a rebattu les cartes du rapport entre le numérique et le physique. Alors que les *livestream* et autres rencontres virtuelles étaient auparavant considérées comme des propositions optionnelles ou complémentaires pour les acteurs de la culture, elles sont devenues en l'espace de quelques semaines, un des seuls canaux pour continuer à exister et garder un lien avec les publics. Néanmoins, cette proposition de nouvelles formes de contenus a pu également générer un sentiment de saturation dans un contexte déjà surabondant d'offres numériques et de compétition pour capter l'attention des internautes.

Dans le contexte actuel, nous proposons d'organiser une table ronde de retour d'expérience des initiatives de *livestream* mises en œuvre depuis le printemps 2020 avec des acteurs du secteur. Nous traiterons les questions suivantes : Quelle complémentarité unit une diffusion physique et une proposition numérique, pour les salles, les artistes, les festivals ? Quels sont les facteurs de réussite d'une captation dans un contexte de surabondance de contenus en ligne ? Quel modèle économique et quelle monétisation de ces nouvelles formes d'usage ? Quelles répartitions possibles des revenus entre les acteurs de la chaîne de valeur ?

17h-17h15 : Conclusion : Maud Franca (chargée du numérique et de l'innovation du Programme des investissements d'avenir au Groupe Caisse des dépôts)

LES ACTEURS DE CE COLLOQUE

Nous remercions les membres du jury de l'appel d'offres de la University of Chicago, centre de Paris et l'assistance matérielle et humaine fournie pour l'organisation de ce colloque, notamment Marie Sahakian et Arnaud Coulombel, de même que Nenad Petrovic pour la logistique informatique. Notre reconnaissance s'adresse également à Boris Gréville, directeur de l'IESA, pour son soutien inconditionnel à cette initiative. Last but not least, de chaleureux remerciements aux interlocuteurs au sein des panels qui ont accepté de partager leur expérience.

Organisation :

Pascale Rihouet : Docteur en histoire de l'art (Brown University / EHESS, 2008), habilitée maître de conférence, Pascale est "senior lecturer" à la Rhode Island School of Design et, depuis mars 2020, enthousiaste adepte des cours en distanciel sur Zoom. Recrutée récemment par l'IESA arts&culture pour y développer les partenariats internationaux, elle y est également chargée de cours de médiation socio-culturelle. Rihouet est l'auteur de nombreuses publications sur les intersections entre art et rituel, des manières de boire aux processions entre 15^e et 18^e siècles.

Ada Badocchi : Originaire de Milan et étudiante en licence "Expertise et commerce de l'art" à l'IESA, Ada est stagiaire chez Opera Gallery (rue du Faubourg St-Honoré, Paris) depuis Septembre 2020. Assistante en galerie et en relations presse chez Michel Rein, rue de Turenne, Paris (octobre 2019-mai 2020), elle a travaillé au Salon International du Meuble lors de "Milan Design Week" en 2017 et 2018. Pour ce colloque, elle met en page la brochure pdf et gère le "chat" pour un bon déroulement des interventions du public le 27 mai.

BIOGRAPHIES DES INTERVENANTS (par ordre alphabétique)

Ekaterina Besson, docteure en administration et gestion des entreprises (University of Birmingham) est professeure associée à PSB (Paris School of Business) où elle a intégré le laboratoire "New Practices for Innovation and Creativity" (newPIC). Son domaine de recherches concerne la créativité et la gestion innovante, et les relations entre management et collaboration inter-organisation. Elle est l'auteure et co-auteure de nombreuses publications scientifiques (voir lien). Actuellement, elle mène une étude sur la créativité et la consommation des technologies de l'information. Elle prépare notamment un article avec Phillip Cartwright sur les effets du digital dans les domaines de la danse et la musique au cours de la pandémie de 2020.

Féru d'innovations qu'elles soient culturelles ou technologiques **Yvan Boudillet** accompagne le développement de passerelles entre Industries Créatives & Startups via la société de conseil TheLynk qu'il a fondée fin 2016. Avec TheLynk il intervient notamment sur les sujets d'innovation dans le spectacle vivant à l'instar de la publication récente d'un [livre blanc sur le livestream](#) ainsi que sur l'impact de la data sur l'évolution des pratiques dans la Musique comme évoqué dans un [rapport publié](#) dans le cadre du programme Européen Music Moves Europe. Yvan est également engagé dans le développement d'écosystèmes favorisant l'open-innovation à l'échelle européenne à l'image de l'initiative [NextStageChallenge](#) initiée au printemps 2020 comme une réponse collective à la crise sanitaire. Intervenant régulier dans des conférences internationales (SXSW, Wallifornia, Slush Music, Sonar+D, Midem, Music Inc. India, TheArts+, MIFA, 4YFN, Bush, Linecheck), Yvan enseigne également à l'EMIC et Audencia.

Phillip A. Cartwright, docteur en Economie (University of Illinois, 1982) et diplômé du Berklee College of Music (Boston), enseigne en tant que Professeur d'Economie à PBS (Paris School of Business). Depuis 2019, il est également chercheur invité au Centre for Performance Science du Royal College of Music de Londres. Il a été en poste à University of Georgia, l'INSEAD (Institut Européen d'Administration des Affaires), Imperial College (Londres) et AUP (American University of Paris). Il est l'auteur de nombreux articles sur des questions. Il est consultant en marketing et promotion de musiciens prometteurs de tout horizon. Il est membre des institutions suivantes: Recording Academy, Audio Engineering Society, International Music Business Research Association et ASCAP (American Society of Composers, Authors, and Publishers).

Maya Chaarani holds an MSc. degree in International Marketing and Business Development from PSB Paris School of Business. Her primary research interests focus on mental health and well-being. Her thesis work related to the effects of social media marketing on mental and physical health and her work continues to emphasize the importance of raising general awareness issues concerning mental health and self-appreciation. In addition to her research, she teaches yoga and she has worked with children and young adults in Lebanon, helping them to develop their abilities of self-expression and well-being of the body and mind.

Hélène Charbonnier

D'abord responsable des éditions des musées de la Ville de Strasbourg (2003 à 2006), puis fondatrice des éditions Chan-ok (reprises par Flammarion), Hélène est nommée en 2010 Secrétaire générale de la Commission de liaison interprofessionnelle du livre (CLIL) qui travaille sur les données nécessaires à la description et à la commercialisation des livres papiers et numériques. Professeur à l'université Paris Nanterre (Métiers du livre-Systèmes Industriels et Techniques de Communication) de 2009 à 2015, elle pilote ensuite la création du Signe, Centre National du Graphisme, un groupement d'intérêt public fondé entre la Ville de Chaumont, la région Grand Est et le Ministère de la culture (collection de plus de 45 000 affiches). A la tête de la direction des éditions et du transmédia de l'Etablissement public du Palais de la découverte et de la Cité des sciences et de l'industrie (Universcience), elle dirige depuis 2020 le numérique de l'Etablissement public du musée d'Orsay et du musée de l'Orangerie (epmo). Elle est également Professeur associée au sein du département Stratégies du Conservatoire national des arts et métiers (Cnam).

Maud Franca est directrice adjointe en charge du numérique et de l'innovation du Programme des investissements d'avenir au Groupe Caisse des dépôts. À ce titre, elle pilote des programmes d'actions au profit du développement de l'économie numérique, notamment dans le secteur culturel. Elle a co-rédigé le rapport "Quartiers numériques" remis au gouvernement en juin 2013 et qui a donné naissance au Programme gouvernemental French Tech. Plus globalement, elle s'investit dans la conception des sociétés d'avenir dans un souci de responsabilités, notamment environnementales

Avocate, **Cyrielle Gauvin** est titulaire d'un Master 2 Fiscalité des entreprises (Université Paris-Dauphine) et d'un Master 2 Marché de l'art (Université Paris I Panthéon-Sorbonne). Elle commence sa carrière professionnelle au sein des départements Fiscalité et Art & Finance de Deloitte, à Luxembourg. Elle rejoint ensuite Christie's, à Londres, où elle compte parmi les membres de l'équipe du département Art post-guerre et contemporain, puis de celle du département Restitution (consacré à la provenance des œuvres). En octobre 2019, elle intègre le cabinet d'avocats Loyseau de Grandmaison et intervient tant en conseil et qu'en contentieux

dans les secteurs du droit de la propriété intellectuelle, du droit du marché de l'art et du droit des affaires. Par ailleurs, Cyrielle est chargée de la communication et des relations publiques de l'Institut Art & Droit, lieu d'échanges, de réflexions et d'études visant à faciliter, entre ses membres, juristes

<https://www.linkedin.com/in/cyruelle-gauvin-772b1644/?originalSubdomain=fr>

Donatienne Hantin-Charbaut est diplômée Audencia et Sciences Com. Elle commence à travailler dans la musique, au sein d'une maison de disques indépendante puis au tournant du siècle, elle co-crée L'esprit Jazz, association productrice de concerts et d'événements musicaux, organisatrice notamment du Festival jazz à Saint-Germain-des-Prés Paris.

Mentor et membre du CA au sein d'Article 1 depuis 2010, Donatienne est au service de projets créatifs, à forte dimension sociale. Elle est également responsable Spectacle Vivant et membre du bureau du Club Culture et Management depuis 2018.

Aujourd'hui, Donatienne travaille avec une équipe et des artistes dont l'exigence et l'ouverture riment avec qualité et partage. Outre la co-direction du Festival Jazz à Saint-Germain-des-Prés Paris, elle élabore des ateliers avec des musiciens et chefs d'orchestre, femmes et hommes, destinés aux entreprises et aux individus afin de proposer des expériences uniques de mise en contact avec la musique. La saison 2020-2021 a vu l'organisation et son métier changer complètement de nature.

Passionné par la culture, l'éducation et les enjeux du numérique, **Elias Lecocq** a travaillé en cabinet de conseil en stratégie et organisation, notamment en ce qui concerne les problématiques de développement des publics, d'organisation, de financement et de cadrage de projets numériques. Il a accompagné, entre autres, la Bibliothèque nationale de France et le Musée du Quai Branly sur la définition de leur politique de développement des publics. Il a également oeuvré à la réorganisation des services de médiation culturelle du musée du Louvre-Lens et créé une plateforme de streaming dédié au Jazz (Qwest TV). En 2017, il fonde Praxis & Culture, une agence qui suit des projets d'acteurs publics ou privés (musées, structures du spectacle vivant, universités, établissements d'enseignement, start-up...), à la croisée de la culture, de l'éducation et du numérique. Outre ses activités de conseil, Elias Lecocq est enseignant sur la question du développement des publics dans les lieux culturels au sein de l'IESA Paris et est également formateur pour le CNM-IRMA (Centre d'information et de ressources pour les musiques actuelles).

Thomas Micaletto est le co-fondateur de Troisième Rive, une agence digitale spécialisée dans le marché de l'art. Il accompagne les musées, galeries, foires et maison de vente dans leur stratégie de communication auprès des collectionneurs et leaders d'opinion : e-reputation, stratégie éditoriale, site web, réseaux sociaux. Fondée en 2014, l'agence Troisième Rive conçoit et déploie des campagnes visant à susciter l'intérêt, la curiosité et le désir afin de passer du virtuel au réel. Troisième Rive a réalisé une centaine de projets, dont certains en collaboration avec les principaux acteurs du marché (Drouot, Artcurial, La Biennale Paris). En parallèle de ses activités de conseils, Micaletto intervient sur le thème de la communication digitale dans diverses écoles (IESA, CELSA). En réponse au second confinement (novembre-décembre 2020), il propose une session gratuite sur le développement de la « e-reputation » dédiée aux professionnels du marché de l'art pour les inciter à poursuivre leurs activités en ligne.

<http://troisieme-rive.fr/>

Antoine Roland a d'abord travaillé, pendant 7 ans, dans le conseil en stratégie au sein du secteur des télécommunications et des services financiers. Passionné par les transformations numériques du secteur culturel, il crée en 2012 {CORRESPONDANCES DIGITALES}, agence dédiée à l'accompagnement des musées et acteurs culturels dans leurs stratégies d'innovation et de communication. En parallèle de cette activité, Antoine Roland intervient à l'IESA, au CELSA, à l'Ecole du Louvre ou à la Burgundy School of Business.
<https://correspondances.co/>

Ingénieure, **Gabrielle Thierry** se consacre depuis 2002 à la peinture et surtout à la représentation de la musique, travail lié à la synesthésie ; elle se place ainsi parmi les artistes de l'abstraction géométrique. Ses expositions immersives sont le plus souvent associées à des concerts et proposent une expérience esthétique unique de la correspondance des arts. Parmi ses œuvres majeures figure la série de "*La Musicalité des Nymphéas*" réalisée devant les panneaux originaux de Claude Monet au Musée de l'Orangerie et exposée en 2017 à la [Iris and Gerald Cantor Art Gallery](#) de Worcester (Massachusetts, USA). Gabrielle a beaucoup écrit sur le thème de la convergence des arts et de sa pratique. D'autre part, elle a co-fondé « La Grande Guerre vue par les enfants », concours de dessins de l'Education Nationale depuis 2006. Présidente de l'Association Renefer, elle prépare le catalogue raisonné de ce peintre français (1879-1957) après en avoir publié la toute première biographie en tant que commissaire scientifique de l'exposition [Renefer et la Seine](#) (Musée de la Batellerie, Conflans-Ste-Honorine, nov. 2020-juin 2021). Lors du confinement de mars 2020, elle lance le projet [#dessinetafenêtre](#) / [#sketchyourwindow](#) dont l'exposition éponyme a lieu au Musée des beaux-arts de Vannes en 2020 et 2021.

BIBLIOGRAPHIE

Streaming : spectacles / concerts

Appolo théâtre Live: <https://www.apollotheatre.fr/>

Opéra comique : [https://www.theatreonline.com/Spectacle/Hippolyte-et-](https://www.theatreonline.com/Spectacle/Hippolyte-et-Aricie/68885)

Aricie/68885 Dan Tepfer, pianiste: <https://www.dantepfer.com/>

Yurplan (plateforme française) : <https://yurplan.com/pro/evenement-live-streaming#/>

Yvan Boudillet, Le livre blanc du livestreaming: “Livestream and virtual life experience – Exclusive White Paper”

The fundamental response to live event shutdown was to find digital alternatives.

Concerts had to reinvent themselves in a short period of time, in terms of both business model & production methods.

Téléchargeable:

<https://insights.midem.com/music-business/livestream-and-virtual-live-experience-white-paper/>

Musique et danse

Antonini Philippe, R., Schiavio, A., & Biasutti, M. “[Adaptation and destabilization of interpersonal relationships in sport and music during the Covid-19 lockdown](#)”. In *Heliyon*, 6(10), E 05212. Octobre 2020

Canary, D. J., & Spitzberg, B. H. “[Loneliness and Media Gratifications](#)”. In *Communication Research*, 20 (6), 1993, pp. 800–821.

Cartwright, Philip A., Ekaterina Besson, Laurent Maubisson. “[Nostalgia and technology innovation driving retro music consumption](#)”. *European Journal of Innovation Management*, Emerald, 2013, 16 (4), pp.459-494

Finn, S., & Gorr, M. B. “[Social Isolation and Social Support as Correlates of Television Viewing Motivations](#)”. In *Communication Research*. 1988. Vol. 15 (2), pp. 135–158.

Galea, S., Merchant, R., & Lurie, N. « The Mental Health Consequences of COVID-19 and Physical Distancing: The Need for Prevention and Early Intervention”. *JAMA Intern Med*, 180(6), 2020, pp. 817–818.

Jeste, D. V., Lee, E. E., & Cacioppo, S. “[Battling the Modern Behavioral Epidemic of Loneliness: Suggestions for Research and Interventions](#)”. *JAMA Psychiatry*, 77 (6), 2020, pp.553–554.

Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. “Utilization of mass communication by the individual”. In J. G. B. & E. Katz (ed.), *The use of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Sage. 1974

Lonsdale, A. J., & North, A. C. “[Why do we listen to music? A uses and gratifications](#)

[analysis](#)”. *British Journal of Psychology*, 102 (1), 2011, pp. 108–134.

Mäntymäki, M., & Islam, A. K. M. N. « [What drives continuance in online music streaming](#)”. *Thirty Sixth International Conference on Information Systems*, Fort Worth, 2015, pp. 1–15.

Tyler Peck, ballet class including live musique and singing (21/05/2020):
https://www.youtube.com/watch?v=MaiYezikWyI&ab_channel=AbbeyWyrrick

Perse, E. M., & Rubin, A. M. “[Chronic Loneliness and Television Use](#)”. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 34 (1), 1990, pp. 37–53.

Saltzman, L. Y., Hansel, T. C., & Bordnick, P. S. “[Loneliness, Isolation, and Social Support Factors in Post-COVID-19 Mental Health](#)”. *Psychological Trauma: Theory, Research, Practice, and Policy*, 12, 2020, pp. 55–57.

Wang, Q., Fink, E. L., & Cai, D. A. “[Loneliness, gender, and parasocial interaction: A uses and gratifications approach](#)”. In *Communication Quarterly*, 56 (1), 2008, pp. 87–109.

Wiederhold, B. K. “[Social Media Use during Social Distancing](#)”. In *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 23 (5), 2020, pp. 275–276.

La place du numérique dans le secteur culturel

Couillard, Noémie. « Les professionnel.le.s en charge du numérique dans les établissements patrimoniaux ». In *Culture et recherche*, n°134, hiver 2016-2017, pp. 13-16.
[pdf](#)

Donnat, O. dir. Dossier « Les publics *in situ* et en ligne ». In *Culture et recherche*, n°134, hiver 2016-2017. [pdf](#)

IESA : Rencontres numériques. Patrimoine et innovations. Webinaire du 30/06/2020 :
<https://correspondances.co/rencontres-iesa-innover-avec-les-publics-quels-changements-de-pratiques-professionnelles/>

Impacts socio-économiques et culturels du/des confinement(s)

Allouard, Olivier et Patricia Gambert. « [Pratiques du confinement et du Covid-19 sur les pratiques culturelles des Français](#) ». Gece / Universcience, mai 2020.

Aubouin, Nicolas et Antoine Roland. « [Les mondes de l’art de demain ? Ombres et lumières sur les transformations numériques dans les institutions culturelles](#) ». Livre blanc, Paris School Of Business, 2020.

Azimi, Roxana. « [Coronavirus, l’économie des musées touchée de plein fouet](#) ». *Le Monde*, 9/04/2020.

Donnat, Olivier. « Les publics *in situ* et en ligne, La question du public, d’un siècle à l’autre ». *Culture et Recherche*, no.138, 2016-2017, pp. 6-9. [pdf](#)

Ducharme-Leblanc, Aïcha. « [Quand les musées doivent se réorganiser](#) ». *La Rotonde*, 31/10/2020.

Lombardo Philippe et Lou Wolff. « [50 ans de pratiques culturelles en France](#) ». Ministère de la Culture, Culture Etudes, 2020.

« [Musées, professionnels des musées et Covid-19](#) ». ICOM (conseil international des musées), mai 2020. Serrel, Mathilde. « [Du confinement au big bang culturel](#) ». France Culture, 23/03/2020.

“Survey on the impact of the COVID-19 situation on museums in Europe”. NEMO (Network of European Museum organisations), 2020. [pdf](#)

Tobelem, Jean-Michel. « [Nous sommes face à un possible champ de ruines !](#) » Interview par Hélène Girard. *La Gazette.fr*, 15/05/2020.

Défis et perspectives face à la crise

Direction des patrimoines, de la mémoire et des archives (DPMA) et {CORRESPONDANCES DIGITALES}. Webinaire, 19/11/2020 : « [La crise sanitaire, une opportunité pour enrichir le lien avec ses publics.](#) »

Dulieu, Laure. « [Covid-19, comment vont les musées](#) ». France Culture, 25/10/2020.

Girard, Hélène. « [La durée de la crise va favoriser les innovations culturelles](#) ». Entretien avec Mario d'Angelo. In *La gazette des communes*, 30/10/2020.

Lungheretti, Pierre. « [Les acteurs culturels doivent inventer une voie nouvelle](#) ». *Libération*, 11/06/2020.

Mairesse, François. « [Profiter du calme avant la tempête](#) ». ocim (observation, coopération, information muséales). 7/04/2020

Makariou, Sophie. « [2020 n'est pas un mauvais moment à passer, c'est un changement d'ère](#) ». *Le Point*, 15/05/2020.

Mohr, Adrian, Ariane Lacas et Jérémy Piris. « Les pratiques culturelles post-Covid ». L'Œil du Public, juin 2020. [pdf](#)

Quintric, Chloé. « [Demain je reviens](#) ». *Guestviews*, 30/07/2020.

Thiriet, Anne. « [Les musées cherchent la sortie de crise](#) ». *Le nouvel économiste*, 11/09/2020.

Tobelem, Jean-Michel et Bertrand Pauget. « [Quel avenir pour le tourisme culturel en France après la crise du Covid-19](#) ». *The Conversation*, 30/07/2020.