

L'industrie culturelle est en train de partir en guerre contre ses consommateurs

« *L'industrie du cinéma et de la musique est en train de partir en guerre contre ses consommateurs* ». C'est par ces mots qu'Emmanuel Durand, VP Marketing de Warner Bros France et Benelux, a introduit sa Keynote lors de l'événement du 26 novembre dernier, qui s'est tenu à la Gaité Lyrique. Un Maddy Talk qui fait salle comble pour sa sixième édition, autour de 3 autres speakers : Michael Goldman (CEO de MyMajorCompany et Tipeee), Nathalie Martin (Wikimedia) et Nathaniel Phillipe (co-fondateur de LeKiosk).

Très à l'aise et faisant preuve de beaucoup d'humour, Emmanuel Durand a prévenu l'audience d'entrée : « *Je ne suis pas forcément porteur d'une bonne nouvelle. Dans les secteurs du cinéma, l'industrie est en train de partir en guerre contre ses consommateurs, tout comme la musique* ».

Selon lui, le renouveau des industries culturelles ne doit pas être attendu de la part des grands groupes déjà établis. « *Je me tourne vers le terreau des startups pour réinventer cette industrie dans les prochaines années* » a-t-il précisé.

L'auteur de « La Menace Fantôme (les industries culturelles face au numérique) » sait de quoi il parle. En interne, « *l'innovation est perçue comme un virus et les grandes industries n'arrêtent pas de produire des anti-corps* » pour faire face à ces épidémies.

Au cours de sa présentation, il a notamment déploré la pratique agressive d'acquisitions de startups pour le capital humain, qui tue dans l'œuf les innovations de produit ou de service. « *Je suis de ceux qui construisent des ponts. Je défends l'hybridation, pour que les nouvelles et les anciennes industries s'entremêlent. Pour le moment, le numérique n'a pas encore répondu à toutes les questions, notamment des sentiments* ». Une anecdote qu'il n'a pas manqué de relier au film « Her ».

MyMajorCompany, Wikipedia et LeKiosk : même combat ?

Au cœur de l'actualité (la fermeture d'Universalis), Nathalie Martin, DG France de Wikimedia, a tenu à rappeler que les 2 structures n'ont pas le même cœur de cible et ne proposent pas les mêmes services. Son discours a notamment été centré sur le modèle associatif, dont la priorité est de savoir s'entourer de partenaires et d'une cartographie de financeurs publics. L'auditoire, pour la plupart composé de personnes issues du milieu culturel, a particulièrement été touché par cette vision et a pu profiter des conseils apportés.

[quote]« Enthousiasme et Volonté sont deux facteurs qui construisent 90% de la réussite »[/quote]

De son côté, Michael Goldman ([relire notre portrait ici](#)), a tenu à réaffirmer que l'industrie culturelle et le monde du financement avait encore de beaux jours devant eux. Reprenant les propos d'Emmanuel Durand, le CEO de Tipeee de MMC, a précisé que le crowdfunding fonctionnait justement parce qu'il provenait des cercles proches et apportait une nouvelle manière de construire des projets culturels.

Si le milieu des médias et de l'information est actuellement en cours de repositionnement, notamment sur les questions de monétisation de l'information, LeKiosk a su proposer une alternative win-win à l'attention des lecteurs et des médias. En effet, si l'iPad est arrivé comme un support de référence pour son service, Nathaniel Philippe, co-fondateur de la jeune pousse, est aussi revenu sur le rôle du numérique et de Google, à propos de la transformation numérique des industries culturelles. Presse et Entrepreneurat font-ils bon ménage ? Selon lui, « *Google n'apporte pas la même valeur que le Nouvel Obs* » .