

Dans ce numéro, vous allez cheminer avec...



P.72

Stratégique

NETFLIX

Tant dans ses contenus que dans son management, le géant américain joue la carte de la diversité et de l'inclusion sociale. **Louis Wiart** analyse cette stratégie marketing : vendre les valeurs auxquelles est sensible son cœur de cible, jeune, urbain et connecté.

LE MUSÉE

Sommé de s'ouvrir toujours plus à de nouveaux publics par des moyens inhabituels, le musée fait l'objet de vifs débats au sein de l'ICOM. **François Mairesse** et **Sébastien Appiotti**, à travers une mise en perspective historique, mènent la controverse.

P.52

Controversé





LE PATRIMOINE

Dans le troisième volet de sa trilogie, **Laurent Martin** montre que c'est le Conseil de l'Europe qui a permis de développer des actions en faveur du patrimoine à l'échelle communautaire, dont l'une des finalités est d'incarner l'identité culturelle de l'Europe.

P.84

Européen



LE TEMPS LIBRE

Absentes du débat public national, les politiques temporelles s'expérimentent essentiellement à l'échelle locale, nous explique **Luc Gwiazdzinski**, à travers les « bureaux du temps », les « conseils de la nuit », les nouveaux horaires d'ouverture des services publics et des transports le dimanche, entre « midi et deux », etc.

P.34

Territorial

DOMINIQUE MÉDA

La sociologue nous invite à reconstruire nos représentations de l'humain en adoptant un nouveau paradigme (le « prendre soin » en lieu et place de la conquête et de l'exploitation), de nouveaux indicateurs de richesse et une réduction du temps de travail (les 32 heures).

P.18

Pertinente



Visionnaire

LES CLOWNES

Nourrie d'une enquête de terrain édifiante, **Zed Cézard** révèle l'invisibilité et le déni de légitimité qu'ont subis les clowns dans l'histoire de leur art, et leur volonté aujourd'hui de déconstruire les schémas sociaux des sociétés patriarcales et d'affirmer leur pratique subversive et politique.

P.132

Invisibles



LES TIERS-LIEUX

Dans une analyse documentée, **Arnaud Idelon**, à la fois théoricien et praticien de ces espaces qui suscitent confusion, fantasmes et projections, met en garde contre les programmes descendants qui les éloigneraient de leur identité originelle faite d'hybridation, de culture et d'expérimentation.

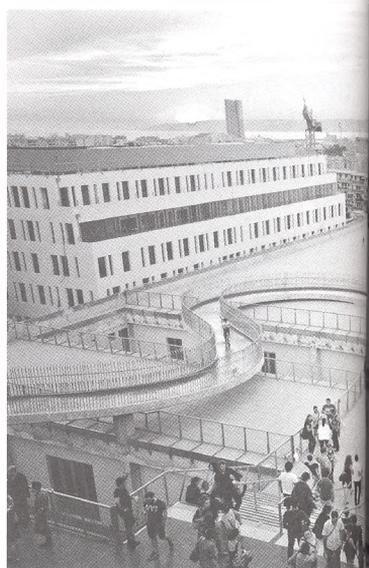
P.96

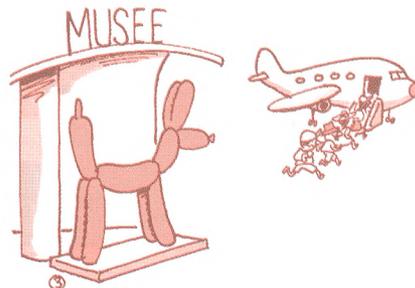
Couteaux suisses

JOFFRE DUMAZEDIER

Soixante ans après la publication de son livre précurseur, *Vers une civilisation du loisir ?*, la société libératrice et émancipatrice imaginée par le sociologue reste à construire, selon **Michaël Bourgatte**.

P.44





L'URGENCE CLIMATIQUE

(dans la culture)

La course à l'événementialisation et au super-équipement qui a marqué le secteur culturel n'est plus tenable dans le contexte actuel de dérèglement climatique. Pour plus de sobriété, il faut désormais interroger la taille des manifestations, la durée des tournées, et mieux adapter les offres artistiques aux territoires, explique **François Delotte**.

P.118

Catalyseur



EUROPE CRÉATIVE

Tout à la fois chercheuse et curatrice de projets de coopération européenne, **Giuliana Ciancio** aborde les mécanismes de la fabrique de la politique culturelle de l'UE en pointant des avancées certaines, malgré des moyens encore faibles, et un souffle réformateur encore à venir.

P.110

Perfectible

L'URGENCE CLIMATIQUE

(dans la musique et le numérique)

P.126

Selon **Gwendolenn Sharp**, un nombre croissant de musiciens, d'organisations et de lieux de concert prennent conscience de l'impact environnemental de la musique. Mais on est encore loin d'avoir basculé dans une approche systémique.

Initiatrice



LES MICRO-FESTIVALS

Plus qu'un phénomène de mode ayant pris son essor pendant la pandémie, les micro-festivals, selon **Pablo Belime**, apparaissent comme l'expression de nouvelles logiques de diffusion et d'expériences culturelles, davantage respectueuses de l'environnement et des liens entre artistes et publics grâce à des espaces scénarisés plus intimistes.

P.142

Novateurs