

La notoriété, ça compte?

Alain LE DIBERDER

21/9/15

- Présentation
- Contexte de l'article de 2006
- Depuis ...
- Centré sur l'économie de la culture

Qu'est-ce que la notoriété?

- Une notion évidente mais difficile à définir.
- Exemple d'Arte: question quotidienne pour une chaîne bi-nationale.
Ex: Saint Martin (de Tours) en France pour érudits, en Allemagne tout le monde le connaît car on le fête (le 11 novembre).
- **Empreinte et intensité.** L'exemple du maire d'une commune. Une chaîne se pose souvent la question en cas de décès d'une personnalité.

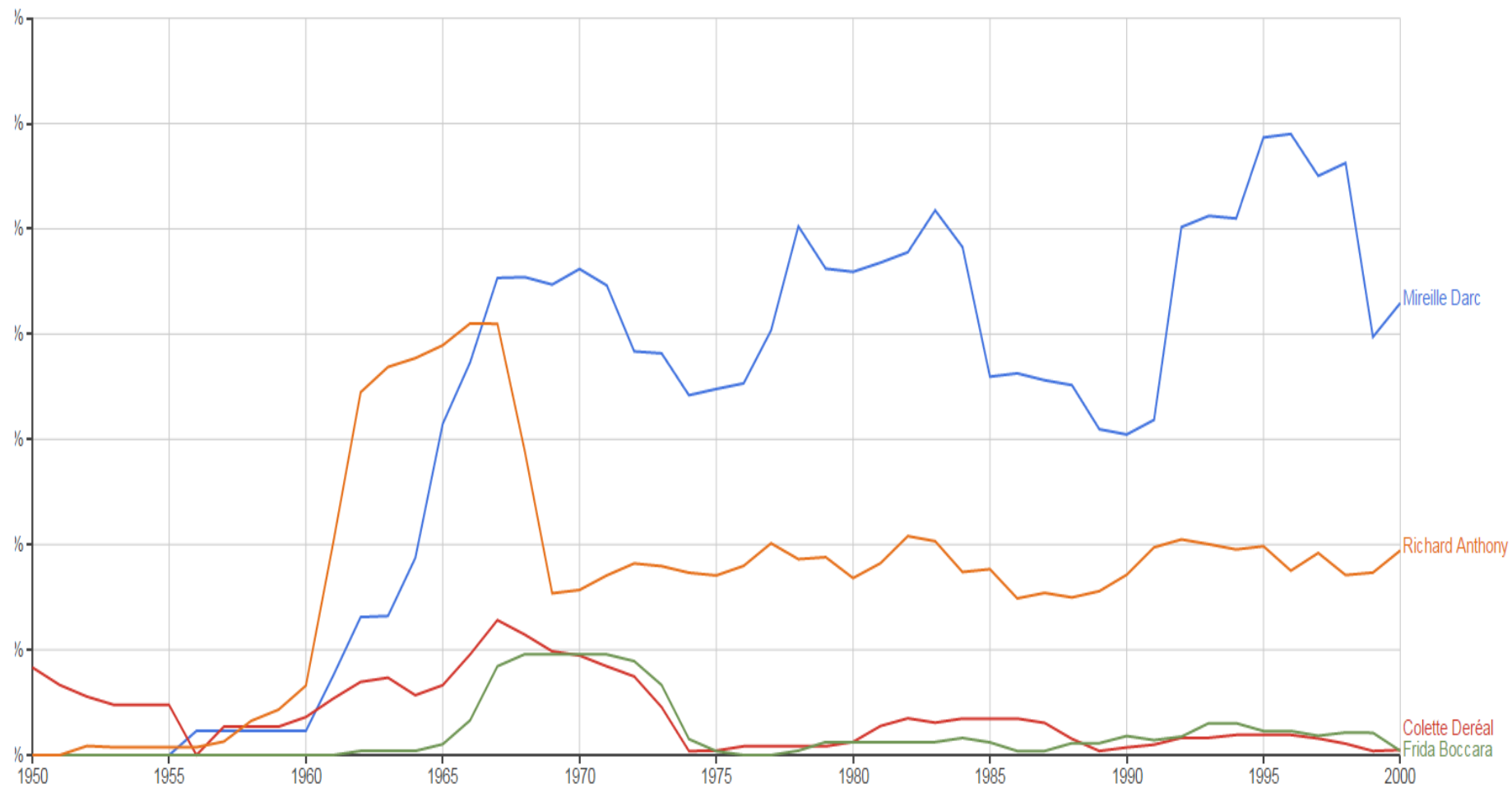
Qu'est-ce que la notoriété (bis)?

- Travaille dix ans pour ta réputation, c'est elle, ensuite, qui travaillera pour toi
- Une marchandise produite
- Un facteur de production
- Un quasi-équivalent général, l'échange de la notoriété contre de la monnaie

La dynamique de la notoriété

- La vision classique: la notoriété se mérite, « purs produits marketing » contre « vraies valeurs »
- Le phénomène des « fils de » dans le cinéma et la formule 1: stratégie d'optimisation du risque et de la rentabilité de l'investissement
- L'effet de cliquet

Effet de cliquet de la notoriété



Une industrie de la notoriété

- Maureen Orth « The importance of being famous », parle de l'émergence d'un complexe industriel de production de la notoriété: spin doctors, attachés de presse, agents, médias, émissions
- Entretien de la notoriété: la dictature des attachées de presse sur les talk shows
- Production hors sol de la notoriété: les « stars » de la télé-réalité

A quoi sert la notoriété?

- Hubert Mansion « Tout le monde vous dira non » : depuis 1998, les deux tiers des revenus des Rolling Stones proviennent de contrats publicitaires et non d'activités directement musicales.
- Les « à côtés »: ménages de journalistes, interventions payantes d'hommes politiques
- L'arbitrage court terme/long terme dans la monétisation de la notoriété. La notoriété s'use parfois quand on s'en sert (Omar Sharif et le tiercé)
- La seconde carrière (Mireille Darc, Yannick Noah, sportifs devenus consultants ou dirigeants, Ronald Reagan)

Créer pour la gloire, le retour

- Possibilité de l'auto-production
- Extension des pratiques amateurs (Latarget, Avignon)
- A côté des youtubeurs stars, vitalité de la notoriété (nombre de vues) comme récompense
- Changement d'attitude vis-à-vis de la propriété intellectuelle