



©Emmanuelle Marchadour

Emmanuel Hoog

France

La Preuve par l'image

23 / 11 / 2013, Hôtel de Région, Lyon

L'auteur

Emmanuel Hoog a présidé, de 2001 à 2010, l'Institut national de l'audiovisuel, où il s'est engagé en faveur de la sauvegarde et de la mise en valeur du patrimoine audiovisuel, accélérant la numérisation des archives et lançant le site ina.fr. Fils de conservateurs des Musées nationaux, il a mené auparavant une carrière de haut fonctionnaire qui, débutée au ministère de la Culture, l'a mené successivement au Théâtre national de l'Odéon, au Piccolo Teatro de Milan, à l'Assemblée nationale et au ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie. Epris de poésie, il crée le Festival de poésie du Haut-Allier. Depuis mai 2010, il est président de l'Agence France-Presse.

L'œuvre

L'annuel 2011 de l'AFP - Le monde en images, édition bilingue français-anglais (Democratic books, 2011) (198p.)
La télé - Une histoire en direct (Gallimard, 2010, 127p.)
Mémoire année zéro (Seuil, 2009)
L'Ina (« Que sais-je ? » PUF, 2006)
Le marché de l'art, avec Michel Hoog (« Que sais-je ? » PUF, 1991, 1995)

Zoom

L'AFP
www.afp.com

L'AFP est une agence de presse mondiale fournissant une information rapide, vérifiée et complète en vidéo, texte, photo, multimédia et infographie sur les événements qui font l'actualité internationale. Des guerres et conflits à la politique, au sport, au spectacle jusqu'aux grands développements en matière de santé, de sciences ou de technologie. Ses 2.260 collaborateurs, de 80 nationalités différentes, répartis dans 150 pays, rendent compte en six langues (français, anglais, allemand, arabe, espagnol, portugais) de la marche de la planète, 24 heures sur 24.

Les engagements de l'AFP :

A l'heure où les flux d'informations se multiplient à l'infini, de nouvelles questions se posent pour les professionnels à la source de l'actualité. Comment distinguer l'info du bruit médiatique ? Quel modèle économique ? Quelle place pour les nouvelles technologies ? Comment intégrer les réseaux sociaux ? Et même, avons-nous encore besoin des agences de presse ? A cette dernière question, la réponse est claire : oui, les agences sont nécessaires. Plus que jamais, sans doute.

Qui d'autre qu'une agence peut couvrir 150 pays, 24 heures sur 24 ?

Et qui, dans le flot de sources contradictoires, peut mieux qu'une agence garantir la fiabilité d'une information ?

Fidèle à son histoire, l'AFP déploie ses équipes pour maîtriser l'imprévisible, capter l'information mais aussi la « questionner », la vérifier avant d'en assurer la diffusion vers ses clients. Le métier d'agencier évolue, se réinvente. L'avènement du numérique conduit l'Agence à investir de nouveaux champs : Web, vidéo HD, mobile...

L'annuel 2011 de l'AFP - Le monde en images, édition bilingue français-anglais (préfacier) (Democratic books, 2011, 198p.)



Lorsque la nature s'en prend à l'homme et lorsque l'homme résiste et se relève dans Haïti martyrisée, au Pakistan sous les eaux, au milieu de la tempête Xynthia, dans les fumées du volcan islandais Eyjafjallajökull ou celle des incendies de Moscou. Lorsque les

grands font le quotidien des plus petits, que Barack Obama et Dmitri Medvedev signent un nouveau traité puis se retrouvent autour d'un hamburger, que David Cameron passe la porte du 10 Downing Street et le pape Benoît XVI celle de l'archevêque de Canterbury Rowan Williams. C'est que les photographes de l'AFP, en étant là où il faut être et où forcément ils sont, à tout moment, en tout endroit, en prenant des risques, captent l'instant. C'est une évidence. Mais, ils ne saisissent pas seulement une scène, un événement, une anecdote.

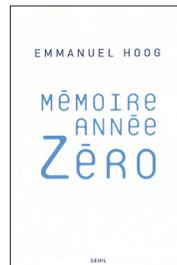
La télé - Une histoire en direct (Gallimard, 2010, 127p.)



Média du direct et de l'immédiateté, la télévision française a aussi une histoire. Une histoire technique d'abord, des premières expériences des années 1930 jusqu'à la haute définition numérique d'aujourd'hui, en passant par l'avènement de la couleur en 1967. Une

histoire éminemment politique aussi, pour un jeune média sous influence qui conquiert une indépendance toujours précaire à l'égard du pouvoir. Une histoire économique, qui voit un service public de monopole se transformer en une industrie audiovisuelle multiple, ouverte à la concurrence et aux intérêts privés. Une formidable aventure humaine enfin où, à la croisée des attentes du public et du talent des professionnels, de l'actualité et de la création, s'invente une authentique culture audiovisuelle. Une histoire qu'Emmanuel Hoog nous fait revivre en direct.

Mémoire année zéro (Seuil, 2009, 207p.)



La France a peur de sortir de l'Histoire. Sa mémoire dans un monde numérique explose. Son roman national est en crise. Un nouvel horizon peut-il se dégager ? Sortir de l'histoire. Rester sur le chemin et regarder les autres nations passer. S'effacer, disparaître. N'est-

ce pas la crainte qui tenaille les Français ? Si nous ne parvenons plus à envisager l'avenir avec confiance, c'est d'abord parce que notre mémoire nationale est en crise. D'une mémoire laïque fondée sur l'histoire, nous passons à une mémoire-religion souvent synonyme de repli sur soi. Dans le même temps, une nouvelle mémoire numérique émerge, qui, ignorant l'oubli, retient tout. La mémoire est devenue un devoir, après la tragédie absolue de la Shoah, fondatrice de notre Europe. Aujourd'hui, dans nos sociétés techniques du "tout-mémoire", le droit à l'oubli s'impose comme un absolu démocratique. Dans cet espace si étroit et fragile, y a-t-il encore une place pour une histoire commune ? Un avenir collectif ? Une culture partagée ? La crise actuelle n'est pas seulement économique, elle est aussi culturelle. Pour en sortir, il faut réinventer notre mémoire. Faute de relever ce défi, le monde nous oubliera, tandis que nous continuerons à mimer avec nostalgie les fables de notre enfance.

L'Ina (« Que sais-je ? » PUF, 2006, 123p.)



L'Ina est une institution créée pour archiver et restituer toutes les dimensions d'une mémoire collective alimentée à flux permanent par la radio et la télévision. En cinquante ans cette entreprise originale est devenue à la fois la bibliothèque nationale de l'audiovisuel, la plus grande

banque d'archives numérisées au monde, le premier centre européen de formation aux métiers de l'image et du son, un laboratoire unique d'expérimentation et de recherche, un lieu de production innovante. Son patrimoine exceptionnel commence à s'ouvrir à tous.

Le Marché de l'art, avec Michel Hoog (« Que sais-je ? » PUF, 1991, 1995, 127p.)



Chapitre I
L'histoire du marché de l'art

- I. L'Antiquité
- II. Le Moyen Age
- III. La Renaissance
- IV. Les XVII^e et XVIII^e siècles
- V. De la Révolution française à nos jours

Chapitre II
L'organisation actuelle du marché de l'art

- I. Les acteurs
- II. Les marchés

Chapitre III
L'économie du marché de l'art

- I. Le bien artistique : un bien sans valeur mais avec un prix
- II. Le marché de l'art : un marché pur et parfait ?
- III. Un marché en crise de croissance

Chapitre IV
La réglementation du marché de l'art

- I. L'organisation juridique et fiscale du marché de l'art en France
- II. Vers un marché unique de l'art en Europe