

Line Abramatic : « Le marché est mûr : à nous de faire en sorte que dans ce besoin massif d'immersion, il y ait une part de plus en plus importante d'œuvres artistiques. »

Posted on 29 juin 2026 by Chrystèle Bazin

Dans le cadre de la deuxième édition des journées de rencontre « Art vivant et environnements numériques », co-organisées par Chaillot - Théâtre National de la Danse et le TMNlab le 5 et 6 mai 2026.

Focus par **Marie du Chastel**, commissaire d'exposition, directrice artistique de KIKK (Belgique) et **Line Abramatic**, fondatrice Gengiskhan, présidente Mesden Valley.

L'essor massif de l'économie de l'expérience, portée par une demande croissante des publics et des investissements privés colossaux, bouscule les équilibres traditionnels du secteur culturel. Face à la multiplication de productions immersives spectaculaires mais souvent dénuées de profondeur, les créateurs et producteurs doivent inventer de nouveaux modèles économiques pour préserver l'audace artistique. En s'appuyant sur des réseaux hybrides mêlant financements publics, fonds d'investissement et stratégies de diffusion à long terme, l'enjeu est de capter une partie du marché de l'expérience culturelle, sans jamais céder l'indépendance éditoriale aux seuls impératifs de rentabilité.

Enregistré lors de la rencontre TMNlab co-organisée avec Chaillot - Théâtre National de la Danse, le 6 mai 2026.

L'économie de l'expérience ou le triomphe du « mémorable »

Marie du Chastel expose un changement de paradigme : « on ne vend plus des biens utilitaires, mais des souvenirs. Les services deviennent la scène et les biens les accessoires d'une mémoire transformée en produit ». 76 % des consommateurs mondiaux privilégient les expériences au matériel, et la Génération Z est quatre fois plus susceptible de visiter une expérience immersive. Ce marché lucratif capitalise sur des codes issus du monde culturel, mais reste largement dominé par des sociétés qui ont flairé l'opportunité commerciale au détriment du propos artistique.

Les consommateurs, particulièrement la Génération Z, préfèrent désormais investir dans des souvenirs mémorables et dans des expériences plutôt que de posséder des produits matériels. — Marie du Chastel

Le fossé entre création artistique et divertissement massif

Line Abramatic observe une surenchère dans l'offre pour inciter les gens à quitter leur canapé et les plateformes de streaming. Cela mène à des formats « ultra capitalistes » comme [la sphère de Las Vegas](#) ou les succès massifs de [TeamLab à Tokyo](#) (2,3 millions de spectateurs par an). Bien que ces projets aient une dimension esthétique, ils sont souvent éloignés de la recherche artistique critique. Le risque est de voir le marché de l'immersif se concentrer entre des mains privées visant uniquement le retour sur investissement, évacuant ainsi la diversité et l'audace des regards propres à l'art.

Nouveaux modèles : hybrider les financements et les réseaux

Face à la baisse drastique des subventions publiques (jusqu'à - 40 % pour le [festival KIKK](#) en Belgique), Marie du Chastel prône la création d'écosystèmes hybrides, à l'instar de la création de la société IKII (KIKK inversé). L'idée est de s'appuyer sur le festival KIKK pour rassembler des investisseurs privés (Business Angels, fonds d'investissement) lors d'événements de réseautage et financer des productions artistiques de qualité et compatibles avec une exploitation à grande échelle. Les bénéfices générés par ces projets plus commerciaux sont ensuite reversés pour refinancer la recherche et développement d'œuvres plus expérimentales, permettant ainsi de maintenir un vivier créatif indépendant des logiques de pur marketing.

L'artistique comme antidote à la normalisation esthétique

Pour préserver l'artistique, les intervenantes proposent de retourner la contrainte. Marie du Chastel utilise des cahiers des charges ultra contraignants (inspirés du Dogme 95) qui interdisent les outils classiques du divertissement (LED, lasers, mapping) pour forcer les artistes à trouver une poésie tangible et sensorielle. Un exemple concret est l'adaptation de l'œuvre d'Eric Arnal-Burtschy, « Je suis une montagne », renommée pour le marché « The LSD Experience ». Ce projet montre qu'il est possible de repackager une expérience de haute qualité artistique pour une exploitation longue et rentable sans en trahir l'essence.

Défendre l'indépendance éditoriale face aux risques politiques

La concentration privée des moyens de production des expériences immersives pose un risque politique majeur sur les récits. Marie du Chastel alerte sur l'indépendance éditoriale : si des investisseurs privés financent des expériences dans des lieux patrimoniaux pour porter des agendas idéologiques, quelle place reste-t-il pour la critique ? Il est impératif que les acteurs culturels ne laissent pas le champ libre au seul divertissement. Le marché étant désormais mûr et le public demandeur, les artistes doivent s'emparer de ces formats pour y injecter du sens, du trouble et des questionnements sociétaux profonds.

*Le marché est mûr : à nous de faire en sorte que dans ce besoin massif d'immersion, il y ait une part de plus en plus importante d'œuvres qui posent des questions et proposent du trouble. — **Line Abramatic***

Cet article a été rédigé avec l'appui de l'IAgen.

[12 et 13 mai 2027 : Prochaine édition des rencontres Chaillot Augmenté x TMNlab](#)

Email

Prénom

Nom

Institution/Structure

Fonction