



BORÉAL, UN ÉCOSYSTÈME IDÉAL ? **Vers une nouvelle économie de la culture**

PROPOS RECUEILLIS PAR HERVÉ LUCIEN

BOREAL, AN IDEAL ECOSYSTEM?
TOWARDS A NEW ECONOMY OF CULTURE
Ed. Hervé Lucien

W

BORÉAL, UN ÉCOSYSTÈME IDÉAL ?

BORÉAL,
UN ÉCOSYSTÈME IDÉAL ?
Vers un nouvelle économie de la culture

Propos recueillis par Hervé Lucien

A.M.I.
éditions wildproject

Introduction

De la survie au développement économique : un écosystème idéal pour les métiers créatifs

La recherche d'un idéal est symptomatique des périodes de doutes et de transformations. Dans un contexte économique et budgétaire où les financements publics se contractent, face à une libéralisation s'apparentant surtout à une prédation intensifiée, les artistes et créatifs cherchent la solution pour atteindre l'autonomie qui leur permettra de créer et innover librement.

L'enjeu est de taille : sur les quinze dernières années, l'économie de l'immatériel et du numérique a créé pas moins de 750 000 emplois en France. Un fort développement pris en compte par le rapport sur l'entrepreneuriat culturel remis en juin conjointement aux ministères de la Culture et de la Communication et à celui de l'Économie et des Finances. Son auteur Steven Hearn, jeune entrepreneur à la tête d'une holding, a su tirer des enseignements d'une expérience exemplaire dans ce domaine. Il est venu présenter son diagnostic et ses préconisations lors de ce Potlatch, sept sessions-rencontres (dont trois ateliers), organisées

par l'A.M.I. les 25 et 26 septembre 2014 à Marseille. Aux côtés de formateurs et d'experts invités, ce fut la possibilité de croiser les multiples champs qu'ouvre ce vaste sujet : la libre entreprise adaptée aux métiers créatifs, sa complémentarité avec l'intérêt général, les vertus des dynamiques collectives, le développement des territoires...

Les nombreux intervenants, formateurs, experts et acteurs culturels internationaux, s'entendent sur les conclusions : les entrepreneurs culturels doivent être mieux encadrés, formés, accompagnés, mis en réseau ; et ces approches vertueuses doivent être soutenues par les pouvoirs publics dans un double intérêt de développement économique et de création d'emplois sur des secteurs d'avenir.

Grâce à ses outils et méthodes empruntés à l'économie sociale et solidaire, le modèle de la couveuse Boréal concentre les atouts pour permettre l'éclosion d'entreprises durables dans leurs méthodes et leurs objectifs. Avec ce dispositif agréé aujourd'hui par l'État via les contrats CAPE, il s'agit de favoriser l'innovation mais aussi de promouvoir la diversité sur les territoires, de développer les marchés de niche porteurs aujourd'hui des concepts "grand public" de demain.

Le monde ancien s'éloigne et un monde nouveau s'ouvre, en quête d'un idéal pragmatique pour sortir les sociétés technologiquement avancées des normes sclérosantes.

Session 1

Economie des contenus créatifs

« Que peut faire le ministère de la Culture face aux 35 milliards de dollars d'investissement de Providence Equity Funds ? »

Les hôtes de ces sessions dressent un état des lieux d'une économie de la culture qui a subi de nombreuses mutations ces dernières années. En liant le local et le global, ils tentent de tirer des enseignements des nouveaux rapports de force qui s'y déploient, décryptent où se situent les nouveaux monopoles et comment les marchés de niche continuent d'être porteurs d'innovations. Un « paysage » extrêmement concurrentiel légitimant les nouvelles solutions entrepreneuriales, au cœur du sujet de ces Rencontres.

Un secteur-clé, proie du marché dérégulé

Un « changement de paradigme » : dans son analyse de l'économie de la musique, Élodie Le Breut commente l'évolution d'un secteur à la physionomie totalement bouleversée.

Si une enquête récente¹ lui accorde un poids conséquent dans l'économie française avec 1,2 millions d'emplois, 74 milliards d'euros de chiffres d'affaires (plus que le marché de l'automobile), le secteur culturel est aujourd'hui en proie à une véritable guerre d'influence. « *Nous ne pouvons plus ignorer son importance dans l'économie générale, cependant l'étude ne montre pas les mécanismes du marché et les nouveaux rapports de pouvoirs qui s'y sont développés* » constate Élodie Le Breut. Le secteur de la musique, dominant et précurseur au sein des industries culturelles nationales et internationales, et activité globalisée s'il en est, est représentatif de la tension induite par ces nouveaux enjeux financiers et les nouveaux acteurs qui y sont apparus.

Profitant d'une mauvaise anticipation des acteurs du marché culturel et créatif sur la révolution technologique à l'œuvre depuis la fin des années 90 et la révolution d'Internet, les « nouveaux distributeurs » numériques ont pris le pouvoir. Les grands groupes de communication (Universal/SFR en France, Vodacom en Afrique Centrale, Oi au Brésil), les fournisseurs d'accès Internet (FAI) et même les fonds d'investissements internationaux se positionnent.

C'est le cas de Clear Channel, propriétaire, entre autres, de 1200 stations de radio et 160 lieux de diffusion aux USA avec LiveNation (plus de 22 000 concerts par an). Cette multinationale créée en France en 2010 le MainSquare Festival, le festival itinérant I Love Techno et implante TicketMaster (leader mondial de la vente en ligne billetterie, 27 millions de visiteurs uniques par mois). Sa base de données donne accès à 200 millions de consommateurs...

1. Enquête commandée conjointement par le ministère de la Culture et le ministère des Finances portant sur les entreprises créatives et culturelles en France, remise en janvier 2014. Pour un panorama des industries créatives et culturelles en France, visiter www.francecreative.fr.

La production des contenus est dorénavant en partie contrôlée par les géants du Net comme Google², Facebook, Amazon, Apple, Ali Baba... « *Google prend le pas sur Hollywood. [...] Les contenus créatifs [étant] devenus le nerf de la guerre de ce marché numérique global, [la] principale préoccupation des créatifs est de ne pas se faire avaler par ces géants. [...] Il est utopique d'imaginer les pouvoirs publics capables de réguler cette course effrénée au profit par ces bulldozers.* »

Abondance, disponibilité permanente, choix des consommateurs identifiés, détachement du concept de possession : le bouleversement des notions attachées à la production et la diffusion de la musique questionnent les capacités d'action des industries culturelles traditionnelles. Les artistes et contenus créatifs sont devenus les meilleurs arguments de vente des produits de consommation courante : ils se sont transformés en « *outils d'une stratégie globale visant à mieux toucher le consommateur, faciliter le branding et le merchandising pour engranger le maximum de bénéfices sur une période souvent courte* »³.

L'espoir d'une innovation créative portée par les marchés de niche

Si les grandes industries détiennent 90 % des marchés de la musique, une petite partie échappe encore à leur contrôle : ces géants n'ont pas l'agilité et l'intérêt suffisants pour conquérir ces territoires prometteurs mais exigus en termes d'activités et de bénéfices. Protégés par leur peu de visibilité, ceux-ci sont « *porteurs d'innovation, de valeurs, de contenus durables. À l'image des artisans, ces marchés construisent un vivier de transformateurs dans un rapport direct participatif, à des échelles géopolitiques du local au local à l'image du peer-to-peer* ». Ces micro-marchés prennent à contre-pied les

2. 60 milliards de \$ de C.A. en 2013

3. Lire aussi sur le sujet *Main Basse sur la Culture, Argent, réseau, pouvoir* par Michaël Moreau et Raphaël Porier (éditions La Découverte, septembre 2014)

failles de ces nouveaux grands systèmes numériques et parviennent même parfois à créer des contre-pouvoirs.

« *Leurs spécialisations leur confère une haute valeur ajoutée estime Élodie Le Breut. Suscitant des satisfactions durables chez les acheteurs, elles défendent des valeurs (engagements esthétiques) et des savoir-faire comparables aux savoirs artisanaux* ». On relève aussi que c'est à ces endroits précieux et privilégiés que l'on détecte les innovations, notamment dans le domaine des nouvelles technologies.

Sur ces terrains subsistent de nouvelles opportunités pour la créativité et l'investissement. Les entreprises culturelles qui y émergent abritent des mines de compétences et de métiers (ingénierie artistique), un soin particulier apporté au dialogue social, un bourgeonnement d'émergences (y compris technologiques), favorisant une production échappant au radar des opérateurs de masse. On y répertorie : les incubateurs de micro-entreprises culturelles, les systèmes de micro-financements, les espaces de travail partagés (co-working), les « fablabs », les réseaux institutionnels locaux dédiés aux start-ups créatives, les marchés en ligne équitables et démonétarisés, une économie locale alternative basée sur les échanges en peer-to-peer de toutes natures... « *Malgré leur fragilité et leur caractère expérimental, ces nouveaux acteurs et réseaux formulent une voie alternative pour un marché libre, digne, éthique, respectueux de la diversité et de la liberté de parole* ».

La digue de l'éthique, la force de l'innovation

Se plaçant sur le terrain de l'éthique (« penser, produire, innover en toute liberté ») Ferdinand Richard oppose aux valeurs toutes-puissantes du marché dérégulé une approche pragmatique. Il insiste sur le rôle des acteurs territoriaux, la responsabilité des institutions souvent dépassées par ces évolutions et la nécessité de soutenir des artistes et produits culturels légitimes et durables, d'ailleurs souvent destinés à acquérir, eux aussi, une valeur marchande : *« Notre objectif est de savoir où placer le curseur entre ces points antagonistes pour trouver un équilibre. [...] on retrouve d'une certaine manière dans le rapport de Steven Hearn cet équilibre entre la nécessité du développement et le respect des valeurs. »*

Dans cette optique, il relève qu'une approche territorialisée, de chaque acteur et de chaque réseau sur sa zone d'activité, semble plus adaptée qu'une confrontation globale, perdue d'avance face aux grands groupes et aux lobbies (politiques, financiers) qui les soutiennent ou qui sont impuissants devant eux.

Ferdinand Richard souligne que certaines régions (dont Provence-Alpes-Côte d'Azur) se sont engagées à « résister à la marchandisation de la culture », promouvant le partage des richesses, du dialogue équitable et le maillage du territoire. Pour lui, ce dernier élément est essentiel : *« Ça revient à dire qu'il n'y a pas de région qui doit attirer toutes les activités, comme un aimant de la désertification des contrées ».*

Pour ce qui concerne les entreprises culturelles et leur écosystème, certaines conditions de développement, recoupant des notions applicables aux individus, doivent selon Ferdinand Richard être réunies :

- la possibilité de modifier sa stratégie de développement grâce à l'analyse critique ; la culture doit conduire à une autonomie intellectuelle de décision.

- La constitution d'une identité spécifique amène à acquérir une valeur d'échange, voire une valeur marchande.
- La nécessité pour les petites entreprises de ne pas réagir dans l'urgence et de résoudre des difficultés en amont, avec la possibilité d'anticiper à trois, quatre ou cinq ans.
- Sur un petit territoire comme sur un grand, il est important de faire exister une diversité de l'offre, dans l'objectif de valoriser tous les potentiels.
- L'activité d'un territoire doit mettre en adéquation la dépense publique (impôts), les initiatives privées (investissements) et les intérêts des habitants (droits humains).

Cet ensemble d'idées et de conceptions a nourri six axes de réflexion qu'il propose à ces rencontres :

1) Le conflit social est anti-économique et contribue en première place à la spirale anti-économique (injuste répartition des ressources, discrimination) : l'aide à la création artistique est aussi importante dans les quartiers « discriminés » que dans les quartiers « créatifs ».

2) Une croissance qui gaspille une ressource est d'abord un gaspillage, donc un non-bénéfice.

3) Contrôler sa vitesse de croissance, c'est un signe d'autonomie et d'indépendance.

4) Les frontières administratives (publiques et privées) ne correspondent plus à la géographie des émergences de créativité, ubiquitaires, dématérialisées, communicantes (les industries culturelles locales peuvent fructifier dans les périphéries).

5) Les « labels d'État » sont de moins en moins appropriés aux évolutions du terrain ; les autorités locales doivent revoir les critères d'attribution de leurs aides.

6) Les zones d'influences (ou débouchés commerciaux) ne répondent plus aux mêmes incitations que celles utilisées au siècle précédent, les exportateurs locaux doivent en prendre toute la mesure.

C'est dans ce contexte et ces perspectives que s'inscrivent les problématiques, théoriques ou pragmatiques, abordées pendant deux jours.

Ferdinand Richard sur le vif

Nous sommes en train de vivre les ultimes avatars du phénomène qu'analyse Jean-Marc Bel dans son livre *En route pour Woodstock* (éditions Le Mot et le Reste, 2014) lorsqu'il parle de la concentration des industries musicales américaines à partir des années 1950. Que peut faire le ministère de la Culture ou l'État face aux 35 milliards de dollars d'investissement dans la culture que propose Providence Equity Funds ?... Cette sur-concentration que l'on connaît aujourd'hui, nous aurons de plus en plus de mal à la contester, on ne peut pas l'appréhender frontalement, il nous faut trouver d'autres espaces de développement. C'est là où se trouvent la légitimité des dispositifs de couveuses et la problématique du développement local, limité et singulier, stratégies d'ouverture sur le monde et d'autonomie économique et financière. La vraie question est de savoir si l'on fait de nos territoires périphériques des porte-avions ou des asiles ; des plate-formes de développement ou des terminaux de consommation.

Session 2

« Constituer une forme d'écosystème autour de l'entrepreneur. »

Jean-Pierre Martin
(président UCE-
Union des Couveuses
d'Entreprises)

Depuis une dizaine d'années, la France est moins captive de ses idées reçues sur l'entrepreneuriat. Pour mieux encadrer l'entrepreneur débutant, dont les premiers pas sont toujours périlleux, l'Union des Couveuses d'Entreprises⁴ propose de faire évoluer le modèle anglo-saxon du BIC (business incubator) grâce à un service trois-en-un (hébergement, formation, accompagnement), encadré par la signature d'un contrat CAPE⁵ (parcours sécurisé d'entrepreneur-salarié). Trois acteurs de ce réseau défendent les résultats et les perspectives d'une telle approche.

4. Réseau national et européen des couveuses d'entreprises (60 structures en France et ailleurs en Europe: Pologne, Hongrie, Belgique), 5000 entrepreneurs accompagnés, 20 millions d'euros de C.A. total généré en 2013.

5. Contrat d'Appui au Projet d'Entreprise. Le CAPE n'est pas un contrat de travail mais une convention qui lie un porteur de projet avec une structure porteuse hébergeant juridiquement son activité. Il s'appuie sur le code Siret et le cadre légal de la structure.

Un contexte favorable

En France, dans le secteur culturel, s'éloigner de la structure modèle qu'est l'association apparaît comme une véritable gageure. Pour Jean-Pierre-Martin, la création d'entreprise ne doit plus être considérée par les pouvoirs publics seulement comme une manière de lutter contre le chômage ou de réguler les problèmes sociaux mais de créer de la richesse : « *Actuellement, la France crée beaucoup de TPE, qui génèrent peu de richesses, or l'enjeu c'est de créer une entreprise pour créer de la richesse. L'Union de Couveuses vise à permettre aux créateurs d'entreprise de vivre dignement de leur activité* ». Face à la raréfaction des financements publics et l'accroissement des échanges marchands dans la culture, cette option constitue une véritable alternative.

L'Union des Couveuses d'Entreprises développe ainsi son assise sur la filière des activités artistiques et culturelles (7 % des activités soutenues en 2013). Une évolution à l'image des tendances nationales de la création d'entreprise comme le démontre Victor Richard : « *En France, il existe une volonté forte de créer son entreprise : 17 % des actifs en émettent le souhait (devant les USA, le Royaume Uni et l'Allemagne). Même s'il existe un décalage entre l'intention et la réalisation de l'activité.* » Un sentiment d'impossibilité qui ne résiste pas aux faits : en France, créer son entreprise demande moins de temps, exige moins de démarches administratives et coûte moins cher que dans d'autres pays de l'UE, pourtant loués pour leurs politiques libérales (Royaume-Uni, Pays-Bas...).

Une méthodologie adaptée

Pour favoriser cette démarche, l'UCE propose une approche non linéaire de la création d'entreprise avec une méthodologie d'expérimentation « *essai-erreur* ». « *Les couveuses d'entreprises constituent une interface entre l'entrepreneur et le marché en*

permettant l'hébergement juridique, la formation au métier de chef d'entreprise, un parcours d'accompagnement », détaille Victor Richard. Autant de paramètres qui permettent d'affiner son projet, de s'adapter à l'environnement légal, d'instaurer un dialogue avec des partenaires.... Ce « pré-test d'activités » est encadré par le Contrat d'appui au projet d'entreprise (CAPE) voté par la loi de modernisation de l'économie en 2003⁶, intégrée au code du travail et du commerce. Il s'agit d'« *apprendre à entreprendre par le terrain* » : « *se confronter à son marché, développer ses moyens et contrôler ses risques* »⁷. Le CAPE permet d'entrer dans un parcours modulable et flexible sur une période de 36 mois (12 mois renouvelable deux fois). La couveuse conjugue le besoin de mise en réseau (connexion avec les réseaux sociaux européens, interaction entre acteurs économiques, académiques, recherche et développement), la nécessité de rompre l'isolement (espaces de co-working) et celle d'acquérir des compétences (intégration de lieux d'excellence type « clusters territorialisés »). Elle propose précisément :

- un hébergement physique et modulable,
- un hébergement juridique,
- un accompagnement renforcé,
- des services et prestations mutualisés,
- des lieux d'échange.

Le timing de cet accompagnement individualisé est crucial : de - 3 ans (temps d'élaboration du projet) à + 5 ans (son autonomie sur le marché). Avantage supplémentaire : l'entrepreneur conserve ses droits sociaux antérieurs à la création d'entreprise (sécurisation), avec une possibilité de retourner au salariat (17 % des cas).

6. Entré en vigueur en 2005 et 2008.

7. Lire la session 4 dédiée aux modalités d'application du contrat Cape (atelier 1).

Un processus adapté aux entreprises culturelles

Ce processus d'accompagnement est expérimenté avec succès depuis 2010 sur Tarbes et dans la Vallée de l'Arve en Haute-Savoie, deux régions en pleine reconversion après la fermeture d'industries (l'armement dans le Tarn, le décolletage en Haute-Savoie). « *Il n'y a pas de recette miracle pour générer des entrepreneurs, on peut juste essayer de reproduire des phénomènes qui ont marché ailleurs, comme dans la Silicon Valley* » constate, pragmatique, Jean-Pierre Martin. « *Aujourd'hui, les pépinières, les incubateurs conventionnels sont déconnectés des besoins de l'entrepreneur, notamment en ce qui concerne la commande publique. On doit inverser ce système et construire autour de l'entrepreneur un environnement qui lui est favorable et qui contribue aux politiques publiques, en constituant une forme d'écosystème* ». Au sein de l'Union des Couveuses d'Entreprises, 57 % des candidats ayant bénéficié de cet accompagnement ont abouti à la création d'entreprise.

Cette transition, ce changement de modèle, reposent sur des logiques d'ouverture des acteurs des territoires ; et l'enracinement local, sur la volonté de ne pas cantonner l'action aux centres urbains et périurbains (Paris, Lyon, Marseille en particulier). La culture acquiert un rôle prépondérant en jouant de nombreux rôles :

- La diffusion croissante du message culturel grâce à l'apport des nouvelles technologies.
- L'importance de la culture pour le secteur marchand (« *les entreprises qui investissent deux fois plus dans le secteur création ont 25 % de chances en plus de créer des produits innovants commercialement* » selon Victor Richard).
- L'essor de l'emploi des jeunes (la culture emploie plus de jeunes que le reste de l'économie. Pour eux, c'est une filière privilégiée par les codes, les opportunités de créativité qu'on ne retrouve pas forcément dans les autres secteurs).

- La préfiguration de nouvelles pratiques (partage, réciprocité, circuits courts et économie circulaire pour rapprocher producteurs et consommateurs).

- Il y existe une volonté de dialogue plus importante, entraînant la valorisation d'outils et d'expériences, nationales et internationales, avec des critères conséquents dans le développement responsable.

Signe de l'équilibre nécessaire entre investissements privés et publics, la Caisse des Dépôts et Consignations, en recherche d'« actions structurantes » pour sa mission « investissements d'avenir », a lancé en juin 2014 un « appel à manifestation d'intérêts » en direction des acteurs de la « culture de l'innovation et de l'entrepreneuriat ». Y ont répondu de nombreux acteurs de la culture et du numérique.

Ferdinand Richard sur le vif

La couveuse est un dispositif très concret qui répond à la bonne question : rapprocher l'entrepreneuriat culturel et l'économie. Les associations culturelles qui se sont développées pendant des années hors-sol dans un milieu où ne se côtoient que les associations et les institutions qui les financent, apprennent à travailler avec des entreprises : c'est une chance de se nourrir des expériences d'autres secteurs, dans l'agriculture, dans l'environnement, dans l'artisanat – certains acteurs y ont les mêmes problèmes que dans le secteur culturel ! Nous sommes très attentif à l'appel à manifestation d'intérêts lancé par la

Caisse des Dépôts et Consignations⁸ aux acteurs « culture de l'innovation et de l'entrepreneuriat ». L'UCE, notre couveuse Cado, Créatis et de nombreux acteurs avec lesquels nous sommes en contact y ont répondu. Il est intéressant de voir comment un organe aussi important que la Caisse des Dépôts va se positionner, car cette initiative peut faire bouger les autres institutions en faveur de ce rapprochement entre culture et entreprise.

8. Institution financière publique créée en 1816, œuvrant pour l'intérêt général et le développement économique. Investisseur de long terme, elle mobilise des fonds importants (issus des fonds d'épargne, notamment)... Son plan stratégique Élan 2020 (décidé en 2007) lui fixe quatre domaines d'action prioritaires : le logement, les entreprises et les PME, les universités et le développement durable.
www.caissedesdepots.fr

Session 3

« Un projet culturel peut aussi s'incarner dans une entreprise capitalistique. »

Steven Hearn,
entrepreneur culturel

Au début de l'été, Steven Hearn remettait son rapport « Sur le développement de l'entrepreneuriat dans le secteur culturel en France », commandé conjointement par le ministère de la Culture et le ministère de l'Économie⁹. Sans laisser planer le doute sur la nécessité d'une aide aux associations et aux grands projets d'intérêt général, en s'appuyant sur son expérience personnelle couronnée de succès, il prône un soutien plus fort aux entreprises culturelles œuvrant dans l'innovation. Il revient ici sur ses recommandations pour en favoriser la croissance.

9. <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Ressources/Rapports/Rapport-sur-le-developpement-de-l-entrepreneuriat-dans-le-secteur-culturel-en-France>

La légitimité du signataire d'un rapport vaut parfois autant que le rapport lui-même. Il va de soi que Steven Hearn, créateur de l'agence Troisième Pôle il y a quatorze ans, de Scintillo¹⁰, holding fondée en 2010 qui regroupe de nombreuses participations dans des entreprises filialisées de la culture et de l'incubateur d'entreprises culturelles Créatis¹¹, hébergé à La Gaîté Lyrique¹² à Paris, était l'homme tout désigné pour livrer son diagnostic et ses préconisations.

D'autant que comme jeune entrepreneur culturel, il a lui-même longtemps été en butte à l'incrédulité des institutions bancaires : son expérience s'imprègne à la fois d'un regard aiguisé d'entrepreneur (avec la nécessité d'équilibrer son plan comptable) et d'un acteur précurseur de la culture et de l'innovation (avec ses exigences éthiques et esthétiques). « *Confronté aux interlocuteurs économiques classiques, j'ai souvent été considéré comme un saltimbanque. Et par les gens de la culture comme le "salopard" qui dévoyait la culture* » témoigne-t-il aujourd'hui. Pour avoir vécu personnellement cette incompréhension réciproque, Steven Hearn tente de définir qui est cet « insaisissable entrepreneur culturel », se basant aussi sur de nombreux entretiens avec les acteurs sur ce registre. « *La culture, reconnaît-il, ce n'est pas n'importe quelle marchandise : son partage, sa préservation, sa nature particulièrement fragile nécessitent des modes de protection singuliers. Mais un projet culturel peut aussi s'incarner dans une entreprise capitalistique, qui produit des prototypes, utilise des processus de commercialisation... Le nombre d'entreprises culturelles se situe aujourd'hui entre 150 000 et 160 000 (producteurs, tourneurs, maisons de disques...) et elles n'ont pas attendu le rapport pour exister* ». Soucieux de bien cerner les forces vives qui étendent le champ de la culture aux domaines du numérique et de l'innovation, Steven Hearn n'étudie pas les entreprises culturelles liées exclusivement au secteur (l'industrie de la musique ou le cinéma, par exemple). Enfin, et le détail est d'importance, le rapport s'intéresse uniquement à la forme "immatriculée" de l'entreprise (celle inscrite au Registre du Commerce).

10. 25 millions d'euros de C.A. en 2013, 180 salariés. <http://scintillo.eu>

11. www.residencecreatis.fr

12. <http://gaite-lyrique.net>

Diagnostic du rapport

Steven Hearn l'introduit d'abord sous un angle historique, dans la perspective de ce que l'on a appelé naguère "l'exception culturelle" : « *En cinquante ans de politique culturelle publique, la France a favorisé les projets avec un sens de l'intérêt général, "supérieur à l'intérêt économique". Mais aujourd'hui on a besoin de diversifier les approches et il apparaît indispensable de densifier l'entrepreneuriat culturel sur nos territoires pour favoriser ce que l'on appelle "l'externalité positive de la culture".* » Partie de loin, la France pourrait rattraper son retard entrepreneurial en le nourrissant du foisonnant bouillon de culture : indéniablement, la création nourrit l'entreprise, la ressource et l'alimente en concepts originaux. Mais pour ça, il est indispensable de mieux accompagner les entrepreneurs, de favoriser l'amorçage de leur activité et leur développement. Les entreprises liées à la culture ont selon lui un fort besoin d'être soutenues et accompagnées. Il est en effet nécessaire de résoudre le problème récurrent de la reconnaissance de l'entité économique, donnant accès à l'aide au financement (capitalisation ou prêt), de leur offrir une meilleure représentation en termes de communication et un réel soutien sur les enjeux territoriaux. Steven Hearn argumente : « *en France, on n'investit pas dans la culture, on la subventionne ou on la mécène. Un investissement privé peut intervenir, mais il n'existe pas d'investisseurs au sens classique dans la culture.* »

Les recommandations

Voici les préconisations de Steven Hearn telles qu'il en a effectué la synthèse lors de ces rencontres :

- Imaginer un projet culturel dans le cadre de l'entrepreneuriat renvoie à un processus de recherche et d'innovation. À ce titre, la culture doit être reconnue comme un processus d'innovation et donner accès aux dispositifs dédiés (ce qui n'est pas le cas aujourd'hui chez les financeurs comme la BPI¹³ sur les dispositifs comme le capital-développement ou le capital-risque). « *Les marges commerciales sont exactement les mêmes que dans n'importe quel secteur, ce qui devrait pouvoir rassurer les banques et les investisseurs* ».

- L'utilité sociale des entrepreneurs de la culture doit être intégrée plus fortement et donner accès aux processus de stimulation adéquats.

- Sur certains cas adaptés, faire basculer le modèle économique de l'association à l'entreprise (SCOP, SCIC ou SA) en permettant à ces nouvelles entités de continuer à bénéficier d'un certain nombre de dispositifs de soutien (aides à l'emploi, prolongations des contrats CAPE, possibilité d'accéder à certaines subventions...).

- La question du territoire est primordiale. Les entrepreneurs culturels possèdent un rayon d'action se situant sur la région : la puissance publique décentralisée (DRAC, Régions, Métropoles) doit soutenir les dispositifs existants ou les aider à se développer, notamment au niveau des *clusters*. Cela permet d'accompagner les entreprises en amont, quand le projet est en gestation, pour l'aider à se structurer et à convenablement se développer.

Ses dernières recommandations, plus simples, s'articulent autour de la représentation des entrepreneurs culturels : « *Il faut faire comprendre que ce sont des entrepreneurs comme les autres, qui possèdent simplement quelques spécificités demandant un accompagnement différent.* »

13. Banque Publique d'Investissement. Grande institution de financement public pour des projets structurants et d'intérêt général. www.bpifrance.fr

Afin de consigner toutes les données relatives à l'entrepreneuriat culturel, territoire par territoire, le rapporteur mentionne un site ressource : www.entreprendre-culture.fr.

L'expérience de Créatis, un modèle à reproduire ?

Steven Hearn considère son rapport comme la « mise en débat » d'un sujet dont chacun doit s'emparer : « *Il n'est pas révolutionnaire mais dramatiquement de bon sens, simple à lire et accessible.* » Ses conclusions reposent sur son expérience avec l'incubateur Créatis à La Gaité Lyrique à Paris. « *L'intérêt de cet espace est d'être situé dans un lieu culturel qui travaille toutes les tensions liées à des problématiques contemporaines dans leurs rapports au technologique et au numérique. Le frottement avec artistes et créatifs nourrit une démarche entrepreneuriale.* » Une expérience couronnée de succès : « *Créatis a accueilli pendant environ 24 mois 64 entreprises culturelles : elles ont levé à elles seules 3,7 millions d'euros de capitaux, créé 220 emplois pérennes, récupéré 750 000 euros de soutiens financiers (« prêts-donneurs » et dispositifs liés à la Banque Publique d'investissement). On parle de 8,5 millions d'euros de chiffres d'affaires combiné. On déplore seulement trois échecs.* » Sur ce bilan, le poids économique de la culture, déjà mise en valeur par le rapport sur les entreprises créatives et culturelles en France (lire la session 1 de ces rencontres), devrait encore pouvoir être réévalué. « *Pour la culture, le potentiel économique est gigantesque, mais pour cela il faut bien le préparer, l'accompagner, le faire grandir, c'est tout le sens du rapport, qui n'est pas là pour imaginer un statut propre aux entrepreneurs culturels, ni pour dénier aux acteurs culturels le droit et la possibilité d'être soutenus par la puissance publique.* » Pour Steven Hearn, il est temps d'évaluer ce poids économique sous-estimé et de le mettre dans le sens de la croissance. Ces questions seront au centre des débats d'une conférence prévue en mars 2015 à Paris.

Ferdinand Richard sur le vif

Nous, acteurs de la culture, avons aujourd'hui beaucoup de difficultés à sensibiliser les chambres de commerce alors que ce sont des acteurs importants de l'économie sur nos territoires. On sent qu'on n'est pas encore pris au sérieux, même après Marseille-Provence Capitale européenne de la culture 2013 (dont le président était le président de la Chambre de commerce !). Il y a ce verrou qui me semble important de faire sauter. Les conclusions du rapport de Steven Hearn peuvent aussi trouver une application dans le champ social : l'entreprise culturelle est au moins aussi importante dans les quartiers dits « discriminés » que dans les quartiers « créatifs ». Il n'y aura pas de stabilité économique, pas de développement dans nos villes, dans notre pays si on ne donne pas à ces jeunes gens la possibilité de créer leurs propres entreprises.

Ateliers

Modalités et applications du contrat CAPE, formations et compétences, dynamique collective : trois ateliers pour permettre de fixer le cadre d'accompagnement des porteurs de projet et de mieux appréhender les outils d'incubation ainsi que leur adaptation au secteur culturel.

Atelier 1 : Pré-test, CAPE et accompagnement individuel

CLAUDE SAPEJ,
directeur de la couveuse Contextart-
Montpellier

ISABELLE MARTINI,
Association Agesca-Pôle Info Musique,
Marseille

GREGORY DUVERNAY,
A.M.I., plateforme Dynamo, Marseille

*Pionnier dans l'accompagnement
d'entrepreneurs culturels dans
l'environnement de la couveuse, Claude
Sapej détaille le CAPE comme un
dispositif adapté pour sécuriser le début
de parcours professionnel. Avec un bémol
sur le cas de l'artiste-entrepreneur.*

Claude Sapej rappelle la spécificité de l'entrepreneuriat culturel : au sein de sa couveuse Contextart à Montpellier, il expérimente depuis de nombreuses années la validité de ses outils encadrant « l'entrepreneur à l'essai » dans le registre des activités culturelles. L'étude de marché n'étant pas valable sur ce domaine, il fallait selon lui trouver le moyen de « *diagnostiquer la pertinence de projets souvent éloignés du secteur économique* ». Le « droit au test » est apparu comme le « *seul moyen de conforter son projet face au public, sa clientèle, de prendre des risques sans mettre en péril la totalité de l'édifice en construction* ». L'expérience de terrain a très vite été reconnue et accompagnée par le Ministère du Travail : la co-construction de ce label avec l'État a abouti à une réglementation. La Loi sur l'initiative économique a été votée en 2003 et appliquée en 2005, provoquant l'entrée en vigueur du Contrat CAPE (Contrat d'Appui au Projet d'Entreprise). Un dispositif central, reconnu par les pouvoirs publics, qui lui a permis d'accueillir 200 porteurs de projets et 40 entreprises.

Le CAPE s'étend sur une durée de 12 mois (renouvelable deux fois maximum), ponctuée de bilans réguliers et d'un accompagnement vers l'autonomie de gestion. Le contrat implique de bénéficier d'une formation et d'un accompagnement avec des formateurs référents qui suivent le parcours de manière individualisée. « *On apprend "chemin faisant" à rédiger un devis, une facture, établir une comptabilité, rédiger ses contrats commerciaux, aborder les paramètres juridiques, tout en commençant à acquérir une clientèle, à remplir son carnet de commandes* ». Claude Sapej évoque les statistiques et le problème majeur des entreprises qui ne disposent pas de cet accompagnement : par manque de préparation, elles ferment au bout de deux ou trois ans.

Proche des artistes par son activité de conseil des artistes, Isabelle Martini modère le caractère idéal du dispositif en évoquant le cas particulier des artistes-entrepreneurs, la dualité entre les deux statuts se révélant très problématique, l'"entrepreneur" vendant "l'artiste", c'est à dire lui-même... « *Nous vivons dans une société où le seul moyen qu'on a trouvé pour définir un artiste, c'est de dire qu'il*

est chômeur... L'artiste crée donc son entreprise par défaut, ce que l'on définit comme "entrepreneuriat de nécessité" : il crée son entreprise pour gérer sa carrière, en attendant qu'un partenaire s'intéresse à lui et prenne le relais ».

Gregory Duvernay rebondit en évoquant le cas de la couveuse Cado qui, pour ces raisons, sélectionne peu de projets d'artistes pour entrer dans son dispositif : « *Nous nous efforçons plutôt de créer un environnement pour développer des carrières d'artistes, en contribuant à constituer tous les registres de métiers qui permettent de construire une carrière.* »

Atelier 2 : Formations & compétences

FRÉDÉRIC OLIVE

couveuse Cosens, Marseille

On ne naît pas entrepreneur, on le devient : un formateur chevronné détaille les points-clés et la philosophie d'une formation adéquate, qu'un parcours certifiant d'un nouveau type permettra de valider prochainement.

Membre de l'Union des Couveuses, Cosens est une espace de co-working et de formation à l'entrepreneuriat à Marseille. Son objectif est l'apprentissage au métier de chef d'entreprise en situation réelle d'exercice.

Pour faire fructifier et partager cette expérience de formation, Cosens et l'Union des Couveuses expérimentent aujourd'hui une certification professionnelle d' "entrepreneur de la TPE durable"¹⁴. Frédéric Olive détaille l'esprit qui anime le certificat, proposé à l'enregistrement au Registre National de la Certification

14. Détails du certificat sur www.cosens.fr/formations & www.uniondescouveuses.com/article.php?id_article=391

Professionnelle. Selon lui, l'entrepreneuriat s'apprend, comme tout métier « *On ne "naît" pas entrepreneur, il n'y a pas de portait robot-type de l'entrepreneur, pas d'études sérieuses, la "matrice" n'existe pas pour ce statut" donc on peut s'y former. Mais maintenant qu'il est facile de créer une entreprise, comment on devient-on entrepreneur ? Comment agit-on par le "devenir entrepreneur" sur la qualité et la durabilité des entreprises créées –durable dans le temps, durable dans les pratiques ?* ». Pour le formateur, nous sommes « au milieu du gué », un moment-clé dans le temps de l'histoire de l'accompagnement à la création.

Pour Frédéric Olive, les acquisitions nécessaires s'articulent en trois points : les savoirs, le savoir-faire, le savoir être. Notions essentielles auxquelles on peut ajouter le capital confiance (qualifiée aussi de « capital psychologique ») dotant le chef d'entreprise en formation d'une plus forte conscience de ses capacités.

La mise en situation est évidemment cruciale dans ce processus de formation : « *la formation reçue dans le cadre du CAPE est mise en pratique sur le terrain le jour même, ou la semaine suivante. C'est une validation du processus d'apprentissage par le terrain, in situ, in vivo* ».

Un processus complété par le phénomène de l'«effectuation», que le chercheur en entrepreneuriat Alain Fayolle a érigé en théorie. À l'inverse d'une approche sur le modèle de la «recette», l'apprentissage repose sur le *background* de l'entrepreneur et sa manière d'assembler sa propre recherche en fonction de son réseau, de ses capacités acquises, des opportunités : « *Ce qui se dit et se fait dans cette recherche bénéficie immédiatement aux entrepreneurs accompagnés, ceux-ci fonctionnent "chemin faisant" : la création d'entreprise n'est pas un puzzle mais un patchwork* » image Frédéric Olive.

Fidèle à une vision de l'entrepreneuriat spécifique à l'Union des Couveuses et adepte d'une contrainte positive plutôt que restrictive (les normes ISO) dans le processus certifiant, Frédéric Olive ambitionne de « *produire des entrepreneurs efficaces* », de professionnaliser mais pas de normer, dans l'objectif de « *devenir une meilleure structure d'accompagnement* ».

Atelier 3 : Dynamique collective & lieux de fabrication

ALEXANDRE FASSI

Intermade, Marseille

ANTHONY PILLETTE

Fablab Reso-nance Numérique
(Friche La Belle de Mai)

L'environnement couveuse permet de rompre l'isolement, de créer de la coopération et de la mutualisation, mais pour cela des outils sont nécessaires, comme le démontre un responsable de couveuse. De son côté, un entrepreneur-activiste, créateur d'un fablab, prouve que d'autres modèles sont possibles.

L'approche des économies sociales et solidaires permet d'améliorer les nouveaux processus des dynamiques collectives. Alexandre Fassi, de la couveuse Intermade spécialisée Économie sociale et solidaire fait reposer cette dynamique sur un socle commun : les valeurs, les intérêts et les perspectives, les trois étant indissociables. « À Intermade les porteurs de projets possèdent

une vraie responsabilité dans l'exercice des missions de la couveuse enchérit-il, *ça génère de la proximité, les compétences se croisent et une écoute attentive de part et d'autres se crée.* »

Les réunions d'équipes ou les ateliers auto-gérés sont ainsi animés par les porteurs de projets, outils simples qui induisent une autre forme de rapport aux autres acteurs de l'environnement, même si « *l'objectif est que l'entreprise soit confrontée à la réalité, et pas uniquement dans l'espace de l'entrepreneur* ». Le temps de la dynamique collective demande donc un véritable investissement, mais nourrit la nouvelle posture entrepreneuriale : on peut y analyser son projet et en dire les manques en toute confiance.

La dynamique collective facilite d'autant les relations avec le reste de l'écosystème : à partir de la confiance générée, elle entraîne une posture engagée aussi vers les institutions et les partenaires.

Issu des couveuses Cado et Intermade à Marseille, Anthony Pillette et son fablab Reso-nance Numérique témoignent quant à eux de la possibilité d'autres dynamiques, dédiant résolument leur statut d'entrepreneur à l'intérêt général, via le prisme des cultures numériques. Collectif d'artistes férus de logiciels libres et imprégnés de la philosophie connaissances libres¹⁵, Reso-nance Numérique initie des ateliers ouverts (« open ateliers ») ou des expositions ouvertes (« open expos »). « *Le but y est de créer des communautés apprenantes* » en s'adressant à des publics non spécialisés, jeunes publics, écoles et collèges. Anthony Pillette définit lui-même cette démarche comme « *une extension du modèle de l'éducation populaire* » à l'ère 2.0 : « *La question est de savoir si l'on défend des valeurs ou juste des compétences ?* » questionne-t-il, mettant dans la balance l'utilité de son entreprise. Entrepreneur-citoyen, il prône de « *sortir du tout-économique* » pour trouver sa propre légitimité (et aussi son autonomie) dans l'échange, la solidarité, le partage.

15. Floc (Free/Libre Open Knowledge) <http://flokociety.org>

Ferdinand Richard sur le vif

Ce travail de Résonance Numérique est le chaînage idéal des problématiques que nous abordons, il pose les bonnes questions sur l'articulation entre culture et entreprise. La réponse institutionnelle est terriblement en retard sur les évolutions des nouvelles technologies et les bouleversements qu'impliquent les cultures numériques car il n'y a pas vraiment d'interlocuteurs sur ces questions. Nous devons former des entrepreneurs, mais il nous faut aussi former les politiques. Certes les choses changent car les interlocuteurs ne sont pas toujours les mêmes, mais parfois les choses changent en pire... La reconstruction du partenariat est permanente avec les institutions. Cela demande beaucoup d'énergie, il faut toujours être force de proposition quel que soit le contexte.

Perspectives européennes

« Lier les acteurs de la production culturelle par une mise en réseau pour un développement des territoires. »

Ana Isa Coelho
(3C 4 Incubators,
Cimac, Portugal)

La conclusion de ces rencontres revient à une actrice-clé des problématiques des incubateurs à un niveau européen. Avec le projet 3C 4 Incubators, Ana Isa Coelho a structuré un modèle sud-européen de mise en réseau des incubateurs culturels, regroupant de nombreux organismes publics ou semi-publics. Celui-ci permet de capitaliser sur ce qui a été créé et de générer collectivement de nouveaux projets d'envergure pour préparer l'avenir. Ana Isa Coelho fait ici part de ses préconisations afin que les incubateurs préservent leur créativité et leurs capacités d'innovations. Une clôture en forme d'ouverture pour ces sessions s'inscrivant dans le cadre du programme MED¹⁶.

16. Programme européen de coopération internationale financé par l'UE dans le cadre de sa politique régionale. www.programmemed.eu

« *Le but de 3C 4 est de diffuser les résultats de ses expérimentations auprès des entreprises culturelles, des couveuses culturelles et des preneurs de décision* » : à la tête de 3C 4 Incubators, qui regroupe neuf partenaires et quatre projets¹⁷ dans six pays européens, Ana Isa Coelho présente d'abord son projet sur le paramètre du processus de capitalisation des savoir-faire, plus que sur la puissance de son réseau, financé notamment par le programme européen MED. Elle permet de comprendre comment la création culturelle et l'innovation entrent pleinement en jeu dans les stratégies entrepreneuriales à dimension internationale. Au centre du dispositif 3C 4 Incubators (Culture, Creative & Clusters For Incubators), il y a en effet, d'abord, des valeurs de partage, le goût de l'innovation et une expertise. Celle-ci a été modélisée à travers des outils, des études et méthodologies diffusées auprès des incubateurs culturels ayant intégré le réseau, proches du modèle Boréal. « *Il s'agit d'outils pour travailler des outils* » analyse-t-elle. Cette « boîte à outils » complète se veut universelle, applicable internationalement pour créer et développer une entreprise, la financer sur des registres identifiés. Elle prodigue des conseils en innovation numérique, des modèles d'audits pour les PME innovantes, des méthodologies pour planifier des stratégies pour le développement et l'innovation internationale à un niveau régional et fonctionne comme un guide européen répertoriant les moyens et sources financières dédiées à l'innovation.

17. Incubators for Cultural Enterprises (ICE), Sostenuto, Creative Growth (CG), 2 Ins Clusters.

Les buts et les activités de 3C 4 Incubators

Le réseau poursuit aujourd'hui trois buts :

- Contribuer à la promotion du secteur culturel et créatif comme facteur de développement du territoire et de l'innovation sociale et économique.
- Soutenir la création et l'innovation par une approche de réseau.
- Promouvoir les résultats de ses expériences auprès des décisionnaires de l'Union européenne pour influencer sur les politiques menées.

Ses activités se focalisent sur trois domaines :

- Le secteur de la production culturelle (conception et promotion des outils et méthodologies pour soutenir son activité).
- La mise en réseau pour mettre en valeurs les acteurs qui soutiennent les organisations de production culturelle (support indirect aux couveuses, réseaux, agences régionales)¹⁸.
- Le développement des territoires (initiatives envers les institutions locales et preneurs de décision pour étudier, débattre et influencer les directions des projets à venir).

Les activités des acteurs régionaux du réseau sont nombreuses et variées : ouvertures d'espaces de co-working pour les start-ups, ateliers-workshops et débats-conférences permettant de diffuser les valeurs et la méthodologie des incubateurs lors d'un « lobbying intelligent », profitable conjointement à la dynamique économique et à l'intérêt général, tel Aster à Bologne qui a acquis une grande

18. Victor Richard, chargé de mission de l'Union des Couveruses mentionne l'observatoire européen Enise sur les couveuses d'entreprises : www.observatoire-enise.eu

efficacité opérationnelle locale et une réelle influence territoriale grâce à des stratégies à dimension européenne.

En avril 2014, le séminaire-workshop de 3C 4 Incubators a ainsi réuni à la Friche La Belle de Mai à Marseille neuf partenaires et plusieurs micro-entreprises culturelles de diverses régions du programme européen MED pendant deux jours pour se rencontrer, échanger des informations, des expériences et parfois concevoir de nouveaux projets ensemble.

Des préconisations actuelles

Plutôt que de présenter dans le détail ses nombreuses activités, Ana Isa Coelho saisit l'opportunité de ces rencontres pour livrer ses préconisations, inspirées des initiatives qu'elle a mené cette année avec 3C 4 Incubators :

- Les couveuses culturelles ont besoin de se mettre en réseau avec les territoires et les communautés créatives pour éviter l'isolement et créer une émulation collective (les exemples d'incubateurs installés dans les périphéries des grandes villes marchent mal « car détachés de la réalité »).
- L'aménagement territorial doit favoriser ces espaces de créativité commune qui conjuguent idéalement les intérêts privés (entreprise) et l'intérêt général (initiatives ancrées dans des valeurs citoyennes).
- Les résultats de ces couveuses/incubateurs sont décuplés lorsque les espaces investis comportent des lieux d'expérimentation et d'exposition, différenciantes des autres couveuses/incubateurs et canalisant la créativité des acteurs.
- Il est fondamental que les couveuses/incubateurs soutiennent les entreprises qu'elles accueillent dans une approche individualisée, du concept originel à sa forme viabilisée (par des aides à la formation, administration, communication, etc.) à l'exemple de l'écosystème Boréal.

Il est nécessaire de favoriser le contact avec les autres réalités et expériences, notamment dans la promotion de réseaux à large échelle et dans des secteurs non culturels pour stimuler l'échange, le débat et le dialogue. Le secteur culturel n'est qu'un secteur parmi d'autres, il faut pouvoir se nourrir d'autres visions.

Le but de la couveuse ne doit pas consister seulement en un regroupement, mais en une coopération étroite entre ses membres.

Ferdinand Richard sur le vif

Nous sommes en relation avec Ana Isa depuis la création de la plateforme européenne Sostenuto (en 2009), dont nous avons été à l'initiative. C'a été un moment-clé de la vie de l'association A.M.I. car nous avons subi alors une très forte réduction (50 %) des financements du Ministère de la Culture (via la DRAC) sur un argument clair : nous utilisons des crédits "musiques" pour travailler sur de l'économie culturelle. C'était une logique que les institutions locales ne le comprenaient pas. Mais paradoxalement, c'est grâce aux fonds de l'Europe que l'A.M.I. a pu survivre, dans un retournement de situation improbable : Sostenuto et la création de la couveuse Cado l'ont mis en danger et sauvé à la fois... Nous sommes conscients à l'A.M.I. que la nouvelle géographie culturelle passe par une mise en réseau sud-Europe (Slovénie, Italie, France, Espagne, Portugal, etc.). L'intérêt des programmes européens, qui sont toujours basés sur des partenariats, nous permet de créer de nouveaux liens en permanence, de contourner les problèmes par de nouvelles alliances, de nouveaux systèmes, de nouvelles coproductions : c'est une dynamique essentielle aujourd'hui.

BOREAL, AN IDEAL ECOSYSTEM ?
Towards a New Economy of Culture

Ed. Hervé Lucien

Introduction

Promoting the emergence and competitiveness of entrepreneurs in the creative professions meets a number of today's needs: supporting economic development in expanding sectors, creating employment and wealth, and encouraging innovation. Organised by the A.M.I. around Steven Hearn's report on cultural entrepreneurship – which was submitted to the French Ministries of Culture and Communication & Economy and Finance in June 2014 – the Potlatch meetings in Marseille recommend establishing a genuine ecosystem around these businesses, which are often pioneers in their field.

Better understood and supported by public authorities within appropriate schemes that combine supervision, training and support, these sustainable and high-performing enterprises are able to make a significant contribution to the development of often neglected areas away from major economic centres.

Abstract Session 1

Creative content

A sector seeking new models

Over recent decades the cultural economy has witnessed an unprecedented technological revolution (digitisation of creative content, democratisation of Internet access) that has significantly contributed to globalising the sector. New digital distributors, major communications groups, Internet providers and even international investment funds have acquired power.

Despite repeated battering from these globalised operators, culture in France remains a dynamic sector and has maintained a substantial place within the economy. The importance of this sector holds out the prospect of a form of creation that is less subject to market standardisation and able, for a while at least, to escape the mergers and takeovers that are so devastating for diversity. Small businesses active in niche markets are developing new entrepreneurial solutions that combine qualities such as inventiveness, responsiveness, sustainability, autonomy in decision-making, ethnical engagement and local embeddedness. Focusing on original projects, they transmit values and know-how and generate innovation.

Abstract Session 2

Business incubators A method tailored to cultural enterprises

For many years the voluntary association provided the archetype for cultural enterprises in France. Called into question by the gradual drying-up of public funding, it has found a genuine alternative in the for-profit business. In the creative professions, businesses are able to develop within incubator schemes, which are increasingly open to such activities. These support schemes provide physical premises, a legal structure, personalised support and relevant shared services.

Support begins at the concept stage and the project is assisted until it is launched on the market and becomes autonomous (maximum period: – 3 to + 5 years). The linchpin of the scheme is the “activity pre-test”. This is a trial-and-error period in which entrepreneurs can test out the business environment in a risk-free way (maintenance of welfare entitlements, possibility of returning to paid employment) while underpinning their project with professional experience.

Abstract Session 3

Steven Hearn report Public authorities must better support innovative cultural enterprises

A young but experienced entrepreneur, Steven Hearn delivers his diagnosis and recommendations in a report co-commissioned by the Ministry of Culture and Communication and the Ministry of the Economy and Finance. This joint readership reveals the key issue facing cultural entrepreneurship as he sees it: although culture increasingly falls within the scope of entrepreneurial processes, it is not a product like any other. Creation through innovation grows the economy and creates jobs (defined by the term “positive externality of culture”). However, it is set apart by its sometimes long and naturally fragile gestation period and by the fact that it often acts in the public interest, banks on innovation and therefore does not have immediate use-value ... For these reasons, Steven Hearn considers it necessary to support its innovation processes, recognise and gain recognition for its social value, adapt support mechanisms and encourage the action of clusters in regions.

Workshop abstracts

Workshop 1 Pre-tests, the CAPE and individual support

Claude Sapej, who has pioneered support for cultural enterprises within business incubators, examines the CAPE (contrat d'appui au projet d'entreprise, enterprise project support contract) as a suitable mechanism for removing risks from an early entrepreneurial project. One drawback remains: the case of artist entrepreneurs.

Workshop 2 Training and skills

One is not born, but rather becomes, an entrepreneur. An experienced trainer explains the key points and philosophy underpinning appropriate training courses, which will soon be recognised via a new type of diploma.

Workshop 3 Collective dynamics and production sites

The incubator environment breaks down isolation and creates cooperation and mutual support. Yet this requires tools developed in the social and solidarity economy, explains an incubator manager. In addition, an activist entrepreneur and fablab-founder shows that alternative models are possible.

Abstract Session 7

European prospects The importance of networking in territorial development

Ana Isa Coelho, founder of Portugal's 3C 4 Incubators and Cimac, is a key player in the cultural-incubator sector at the European level. In particular, she links support for innovative creative projects with how they are embedded both within their respective local areas and in a larger, internationally focused framework. Modelled through universal "toolbox" documents to capitalise on know-how and expertise, her approach promotes cultural enterprise as a factor in territorial development. Her recommendations to stimulate a new partnership-based cultural geography include collective emulation within and between incubators, "intelligent lobbying" enabling support for pioneering projects in social and economic innovation, and the promotion of civic values.

Sommaire

| | |
|---|----|
| Introduction | |
| De la survie au développement économique : un écosystème idéal pour les métiers créatifs | 5 |
| Session 1 | |
| « Que peut faire le ministère de la Culture... ? » | 7 |
| Session 2 | |
| « Constituer une forme d'écosystème autour de l'entrepreneur » | 15 |
| Session 3 | |
| « Un projet culturel peut aussi s'incarner dans une entreprise capitalistique » | 21 |
| Ateliers | 27 |
| Perspectives européennes | 37 |
| <i>ENGLISH VERSION</i> | 43 |

*Achevé d'imprimer en France
sur les presses de DFS+*

POTLATCH Rencontres professionnelles 2014

25 & 26 sept. 2014, Bibliothèque de l'Alcazar, Marseille.

Organisé par l'A.M.I.

En partenariat avec les Sessions Pro du festival Marsatac,
l'Union des Couveuses et la Fing.



Projet cofinancé par le Fonds Européen
de Développement Régional (FEDER)

Project cofinanced by the European Regional
Development Fund (ERDF)



SviluppoBasilicata

bunker



ASTER



BORÉAL, UN ÉCOSYSTÈME IDÉAL ? Vers une nouvelle économie de la culture

Favoriser l'émergence et la compétitivité des entrepreneurs dans le domaine des métiers créatifs relève aujourd'hui de plusieurs nécessités : celle d'appuyer le développement économique sur des secteurs porteurs, de créer de l'emploi et de la richesse et d'encourager l'innovation.

Autour du rapport de Steven Hearn sur l'entrepreneuriat culturel remis en juin 2014 aux ministères de la Culture et de l'Économie, les Rencontres professionnelles Potlatch qui se sont déroulées à Marseille à l'initiative de l'A.M.I. préconisent de fonder un véritable écosystème autour de ces entreprises souvent pionnières dans leurs domaines.

Mieux comprises et soutenues par les pouvoirs publics au sein de dispositifs adaptés conjuguant l'encadrement, la formation, l'accompagnement, ces entreprises durables et performantes ont la capacité de participer au développement de territoires souvent négligés en périphérie des grandes capitales économiques.

Promoting the emergence and competitiveness of entrepreneurs in the creative professions meets a number of today's needs: supporting economic development in expanding sectors, creating employment and wealth, and encouraging innovation.

Organised by the A.M.I. around Steven Hearn's report on cultural entrepreneurship – which was submitted to the French Ministries of Culture & Economy in June 2014 – the Potlatch Professional Meetings in Marseille recommend establishing a genuine ecosystem around these businesses, which are often pioneers in their field.

Better understood and supported by public authorities within appropriate schemes that combine supervision, training and support, these sustainable and high-performing enterprises are able to make a significant contribution to the development of often neglected areas away from major economic centres.



Projet cofinancé par le Fonds Européen de Développement Régional (FEDER)

Project cofinanced by the European Regional Development Fund (ERDF)

