

## ASSISES DE LA CULTURE

ATELIER n° 3 – Groupe 4 - 03 octobre 2009

### THEME

Animation : Marc DONDEY

Témoin : Laurent SCHMOLL

Observateur : Jean-Michel HERBILLON

Rapporteurs : Aurélie REVEILLAUD, Elisabeth GUTH

---

### COMPTE RENDU Atelier 3 groupe 4

Cadrage:

**Quelle articulation entre culture et développement économique ?**

**En quoi la culture contribue-t-elle au développement économique?**

**Quelles stratégies et quels projets s'en dégagent?**

Participants: une trentaine de participants appartenant, entre autres, au monde du tourisme, des musées, des institutions culturelles, de la production audiovisuelle, à l'enseignement artistique, aux compagnies de spectacle vivant. On peut noter une présence très faible de représentants d'entreprises.

---

### ETAT DES LIEUX

**Témoignage : L. SCHMOLL président d'ESGAA -European Studio Glass Association**

Créée en 2003, l'association fait partie de Studio Glass méconnue en Europe, contrairement au Japon, et aux EU. Création d'un site, puis d'une association pour la 7 ème fois à St'art. En octobre se tiendra la Biennale internationale du verre à Strasbourg.

Pour créer une biennale, il y a des besoins de financements. Les institutions sont toujours sollicitées, mais ceci devient de plus en plus difficile. Il faut faire appel au mécénat privé, mais là aussi les difficultés augmentent face à l'émergence de secteurs tels celui du mécénat écologique. Il faut donc s'inscrire dans des stratégies qui donnent une plus value toujours plus significative aux entreprises mécènes.

Allusion au mécénat de Neuflyze Schlumberger dans le domaine de la photographie au musée du jeu de Paume.

Même les plus grands musées ont des difficultés pour trouver du mécénat. Cependant en province il y a encore des opportunités.

Esgaa biennale du verre a trouvé du mécénat auprès du secteur bancaire. Le retour sur investissements c'est la venue à Strasbourg de 40 collectionneurs américains => consommation sur place pour le secteur du tourisme Une telle manifestation joue sur l'image de marque d'une ville, d'une région

Proposition: créer un itinéraire des arts du feu Strasbourg/Nancy (lien avec la section des arts décoratifs hérité du Bauhaus)

### **Economie et culture : une union dans des valeurs humanistes**

Une représentante du monde étudiant souligne que cette articulation doit se situer dans une perspective humaniste. Un designer indépendant la rejoint sur ces principes et souhaite que les industries culturelles s'inscrivent dans un cadre de développement économique raisonné, s'inspirant par exemple de la transparence des modèles du commerce équitable (cf. « slow food » réfléchir à ce que l'on mange). Ainsi le « slow design » présente une philosophie, une éthique inspirée de l'exemple donné par le « slow food ». Récupération, recyclage, production de petites séries, diffusion dans le cadre d'une économie solidaire en sont les maîtres mots.

### **Fécondations réciproques**

Un représentant du monde des spectacles musicaux montre l'intérêt de la mise en relation entre processus techniques et créations artistiques l'illustrant par l'interaction des procédés cinématographiques dans certaines créations chorégraphiques par exemple.

### **Culture et économie : deux mondes qui ont du mal à se comprendre**

Un participant témoigne de son passage d'un environnement industriel à un environnement culturel de création. Cela a semblé être extravagant. Allusion aux attitudes stéréotypées telles que : dans la culture ! on s'amuse. Quid d'un échange et partage d'idées.

### **Difficultés d'insertion**

Seuls 3% des élèves des arts décoratifs vivent de leurs arts ! Ces chiffres attestent de la difficulté à s'installer et du besoin d'incubateurs culturels (insuffisants en France). Il manque des liens plus développés entre secteurs culturel et industriel (cf. Saatchi et les designers anglais).

Toutefois un certain nombre d'écoles d'art décoratifs ont des troisièmes cycles et des dispositifs d'accompagnements existants telles les résidences d'artistes, les ateliers.

### **Attractivité du territoire pour de jeunes créateurs et pérennisation des activités**

Strasbourg compte beaucoup d'institutions culturelles et forme de jeunes artistes créateurs et chercheurs, mais n'est pas en capacité de les retenir sur son territoire comme en témoignerait le très faible nombre de galeries à Strasbourg..

Proposition : accueillir les jeunes créateurs autrement. Allusion est faite à Arte, au Centre Européen de la Jeunesse ; il y a ainsi beaucoup d'institutions européennes mais trop peu de relais avec les milieux culturels. Problème identique avec St'art.

### **Un secteur d'activité qui peut rapporter !**

Un producteur de cinéma témoigne du fait que la culture permet aussi de « faire l'argent » et souligne que le rapport à l'argent dans le milieu de la culture est malsain. Il fait allusion au système de production de films avec garanties de diffusion (50 % des financements publics) permettant de soutenir des œuvres difficiles. Il estime que ceci est important, mais il *ne faut pas pour autant mépriser des productions plus commerciales (cf. aux EU le Sundance Institut)*

### **Un état d'esprit à développer : l'esprit entrepreneurial**

La question de la recherche de financements privés se heurte à la notion de projet artistique que l'artiste a des difficultés à aborder comme un projet d'entreprise. Cependant, afin d'être dans une dialectique avec le monde de l'entreprise, il faut s'en donner les moyens : incubateurs et pépinières sont des éléments de réponse.

C'est aussi un accompagnement qui doit se traduire par une formation continue adaptée et qui permette d'accéder aux entreprises. La question des plans de formation dans les domaines culturels doit être soulevée. De plus, le rapport à l'argent des étudiants étant ambiguë, le lien avec le secteur économique n'en est que plus difficile à envisager.

### **Des langages à harmoniser, une meilleure connaissance des rouages**

Beaucoup d'associations sont démunies face au langage d'entreprise à développer pour résoudre leurs problèmes de financement => Importance de la mise à disposition d'un centre de ressources et de professionnels qui les assistent dans ce domaine. Pour une des représentantes du monde étudiant, l'université fonctionne trop en vase clos ! Le rapport à l'argent dans le monde culturel et étudiant véhicule énormément d'idéologies.

Quant au monde de l'entreprise, quel est son intérêt à soutenir le monde culturel? A part de se forger une image plus attrayante (ex: soutien fête de la musique), il faut commencer par créer des liens entre les entreprises et la culture, comme par le biais des formations culturelles proposées aux salariés d'entreprise et susciter des rencontres entre artistes, artisans et industriels.

### **L'indispensable incubateur et centre de ressources : liens et passerelles**

Un représentant des professions libérales créatives fait allusion au rapprochement évoqué entre art/industrie au moment du Bauhaus. Aujourd'hui la formation initiale des étudiants ne les prédispose pas à la négociation. Il fait aussi allusion à certains secteurs d'activité du champ des activités culturelles où l'on dispose de structures d'incubation, de soutien pour mieux connaître les opportunités de marché (ex d'Iconoval pour le secteur de l'image est cité). La différence entre incubateurs et pépinières est rappelé; à la différence des pépinières, qui permet de réunir un groupe d'entreprises, l'incubateur est un lieu d'accompagnement, de formation et de mise en réseau.

Difficultés de rapprochement entre les univers des artisans, des artistes, des entrepreneurs et des designers. Beaucoup de participants soulèvent la question des transferts de savoir faire, d'innovation.

Comment nouer les relations et favoriser les rencontres entre artistes, artisans, industriels, générer de nouveaux interfaces (allusion est faite au DIF permettant à des salariés de se frotter aux métiers artistiques (stages, pratiques amateurs...))

### **Les retombées du patrimoine : à ne pas sous évaluer !**

Il est souligné que jusqu'à présent on n'a pas véritablement parlé de développement économique. L'apport du patrimoine en matière de tourisme est rappelé. Il est proposé de réintroduire la notion de créativité au cœur du patrimoine et d'une manière générale d'avoir une approche plus créative.

A titre d'exemple, l'inscription de la Grande Ile au patrimoine mondial Unesco et ses effets sur le tourisme culturel. Pour autant si ce dernier est une richesse il faut pouvoir mettre en place les outils de connaissance appropriés. De meilleurs indicateurs permettront une meilleure évaluation.

### **Problemes de temporalité et d'indicateurs**

Les calendriers de montage de projets culturels et développement d'entreprise ne sont pas les mêmes. De plus, on manque d'indicateurs économiques sur l'impact culturel, ce qui freine les projets liant culture et économie.

### **Pour vivre heureux : ne vivons pas cachés !**

Face à la multiplicité des évènements de hauts niveaux se déroulant à Strasbourg ( Festival Première théâtre, Ozosphère, Musica... il faut dénoncer la modestie alsacienne déclare une jeune gestionnaire de projets. Elle estime qu'il y aurait lieu d'être plus hardi, plus offensif et de réaliser une plus forte médiatisation de ces diverses réussites. Ne serait ce qu'un problème de plus importante promotion, de communication ?

Une suggestion de grand évènement est évoquée sous la forme à long terme de réalisation d'une exposition plus universelle échéance de 2020 jouant sur la culture

et le développement, en créant des pavillons de chaque côté des rives du Rhin et en réunissant tous les projets autour de l'eau...

### **L'importance des choix stratégiques**

A propos d'un grand événement à Strasbourg: il aurait disparu du plan d'action de Strasbourg Eco 2020.

Question: comment prendre en compte tout ce qui se fait au quotidien..il y a un risque de dispersion dans un foisonnement de multiplicités d'évènements culturels sans stratégie de développement territorial. Strasbourg a des atouts mais il faut qu'elle joue son identité propre : européenne, transfrontalière. Nécessité de dégager une stratégie de développement territorial.

Strasbourg appartient au bassin du Rhin Supérieur et pour autant n'intervient pas dans la bonne échelle territoriale (cf. la multiplicité des intervenant institutionnels CRA/CG/CUS/Agence Culturelle.... Dans cette perspective fait allusion à la programmation remarquable des Journées de l'architecture, qui sont transfrontalières. La piste du développement du tourisme culturel est défendu, notamment par le biais d'une réflexion entre acteurs économiques du tourisme et institutions culturelles (ex: musees).

Créer un lien unique sur la presqu'île Malraux, confié à une entreprise culturelle qui serait chargée de faire de l'argent.

Il faut donner des moyens à des idées comme par exemple Strasbourg Méditerranée (cf. festival des rues au Canda qui est devenu un élément d'attractivité international). Le marché de Noël est contesté pour son aspect hyper-commercial qui peu à peu lui fait perdre sons sens, il faut réinventer la dimension créative du marché de Noël.

### **L'importance de la mobilisation des acteurs**

Evocation de l'évolution historique de l'OPS 1932 à 2009 d'abord adossé sur le réseau d'Ernest BOUR avec de nombreux créateurs musicaux contemporains... illustrant l'importance des hommes et de leur mobilisation.

Les différentes structures de tourisme ont des difficultés à renseigner la rubrique évènements culturels. Une concertation avec le secteur culturel devrait être mise en pace pour refléter la densité des éléments et la présence culturelle en Alsace.

## **PROPOSITIONS**

- 
- **Incubateur et accompagnement professionnel** pour soutenir les échanges et le partage d'idées entre secteur culturel et économique: encourager les liens entre milieux culturels et entreprises, notamment en créant des espaces de rencontres et liens.

- Soutenir la formation des jeunes créateurs par un accompagnement des étudiants, associations et structures culturelles. Assurer un accompagnement des jeunes qui sortent des écoles. Créer du lien entre ces créateurs et les entreprises et structures internationales situées sur le territoire.
- Dégager une stratégie de développement territorial, améliorer la communication sur les événements culturels; notamment avec le secteur du tourisme;
- Identifier un événement fédérateur et organiser une communication autour de cet événement.