

L'entrepreneuriat dans les secteurs de l'art et de la culture,
Isabelle HORVATH et Gaëlle DECHAMP, Éditions EMS, février
2021

Benoît Régent

Volume 34, Number 3-4, 2021

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1084342ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1084342ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Editions EMS – In Quarto SARL

ISSN

0776-5436 (print)

1918-9699 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Régent, B. (2021). *L'entrepreneuriat dans les secteurs de l'art et de la culture*, Isabelle HORVATH et Gaëlle DECHAMP, Éditions EMS, février 2021. *Revue internationale P.M.E.*, 34(3-4), 217–218. <https://doi.org/10.7202/1084342ar>

L'entrepreneuriat dans les secteurs de l'art et de la culture

Isabelle HORVATH et Gaëlle DECHAMP

Éditions EMS, février 2021

Isabelle Horvath et Gaëlle Dechamp interrogent à travers cet ouvrage collectif les tensions entre la logique de création et la logique économique de l'entreprise. Les questions relatives à la gestion de ces tensions sont nombreuses et concernent tant les artistes et les créateurs, que les dirigeants d'espace de création et les gestionnaires publics de mission culturelle. Bien que ces questions ne soient pas nouvelles dans le domaine de l'art et de la culture, l'approche proposée par les auteurs est novatrice et invite à repenser ces tensions notamment sous l'angle des paradoxes ainsi que celui de la nouvelle gestion publique ou encore de la révolution numérique. Toutefois cet ouvrage ne vise pas à fournir des réponses uniques répliquables dans tous les contextes, mais plutôt à offrir à travers la grande diversité des contributions, des clés de compréhension à partir desquelles les acteurs peuvent construire des solutions adaptées à chaque situation.

L'ouvrage est découpé en 11 chapitres et regroupé en 3 parties, complété par une préface et une conclusion. Dès la préface l'auteur fait état des nombreuses interrogations issues du monde socio-économique et du monde académique concernant « l'entrepreneuriat artistique et culturel ». L'auteur de la préface nous encourage à voir au-delà de la simple « opposition parfois paresseuse entre secteur marchand et culturel, entre économique et créatif » (p. 14) pour montrer que force est de constater que « projet capitalistique et intérêt artistique et social sont le plus souvent indissociables » (p. 15).

La première partie de l'ouvrage est subdivisée en 4 chapitres qui abordent l'articulation des liens entre économie et créativité / création et gestion. Le premier chapitre présente l'intérêt de mobiliser une approche compréhensive par la théorie des paradoxes pour appréhender les tensions entre logique économique et artistique à travers une étude de cas unique. Le second montre que la dynamique d'autoprescription peut à la fois aider l'artiste à faire face aux exigences managériales, mais également renforcer les tensions entre création et gestion. Le troisième porte sur les nouvelles capacités des artistes-entrepreneurs offertes par les NTIC qui peuvent permettre de sortir des cadres traditionnels de production de biens et de services culturels. Enfin le quatrième montre à quels *challenges* les entrepreneurs culturels ethniques et immigrés peuvent faire face particulièrement en Grande-Bretagne où la rencontre entre volontés artistiques et les pratiques entrepreneuriales est sans cesse questionnée. À la fin de cette première partie, le lecteur dispose d'un large éventail de connaissance et d'illustration à travers l'analyse de cas concrets pour comprendre les nouvelles tensions qui émergent entre création et entrepreneuriat, ainsi que les nouvelles approches théoriques pour les appréhender.

La seconde partie de l'ouvrage est articulée autour de 4 chapitres consacrés aux outils et méthodes mis en place par les artistes-entrepreneurs. Le premier chapitre traite des innovations managériales mises en œuvre pour pallier les difficultés liées notamment à l'articulation d'objectif d'ordre économique (rentabilité, contrôle des coûts, etc.) et les objectifs d'ordres sociaux (accès à la culture, aide à la création, etc.). Le second démontre l'intérêt de faire appel à la notion de coût caché pour servir le projet artistique à travers une étude comparative de deux cas de développement de spectacle vivant très différents. Le troisième invoque l'*Art Thinking* comme moyen d'attirer et d'élargir l'activité de création au-delà de la sphère artistique et créative. Enfin, le dernier chapitre montre que la création et la gestion peuvent très bien se rencontrer dans la pratique artistique et que ces deux mondes ne sont pas cloisonnés et que bien aux contraires, les liens que l'on peut tisser entre eux peuvent être très riches et très fructueux. Cette seconde partie présente donc un ensemble d'outils et de méthodes qui, bien que n'étant pas parfaitement répliquables dans tous les contextes, forment toutefois un guide de pratique sur lequel peuvent s'appuyer et s'inspirer tous les artistes-entrepreneurs.

La troisième partie de cet ouvrage, découpée en 3 chapitres, est consacrée à l'environnement dans lequel se construit l'entrepreneuriat dans les secteurs de l'art et de la culture. Elle se focalise plus particulièrement sur les acteurs qui peuvent intervenir dans le processus entrepreneurial et qui forment un large écosystème autour de

l'entrepreneur. Le premier chapitre propose, à travers une cartographie typologique des acteurs, d'appréhender le rôle de chacun d'entre eux dans le processus d'accompagnement des entrepreneurs artistiques, culturels et créatifs. Il en ressort une grande diversité d'acteurs classés en 9 grandes catégories avec des rôles très différents. Le second propose une taxonomie de l'entrepreneur culturel qui au regard des ressources et compétences dont il dispose va plutôt s'inscrire dans une démarche individuelle ou collective. Enfin le dernier chapitre met en lumière les conflits qui peuvent émerger de la rencontre entre l'individuel et le collectif et entre l'efficacité économique et la préservation du patrimoine.

En conclusion de l'ouvrage, les auteurs rappellent qu'il ne suffit pas de dire « l'entrepreneuriat artistique et culturel » pour réconcilier l'ambition créatrice et la logique économique (p. 185). En effet, le syntagme nominal soulève un ensemble de questions auxquelles cet ouvrage apporte des éclairages à partir desquels le lecteur peut « élaborer ses propres réponses » (p. 185). Enfin les auteurs terminent par évoquer la grande force d'adaptation des acteurs du monde de l'art et de la création, dans la période actuelle de crise sanitaire, comme une preuve de leurs fortes capacités entrepreneuriales.

Ce travail est très plaisant à lire d'une part du fait de la bonne articulation des chapitres et de la cohérence des thématiques traitées pour répondre à la problématique générale et d'autre part, du fait de la grande qualité de chacune des contributions. Il constitue donc un ouvrage de référence pour comprendre les dynamiques de l'entrepreneuriat dans les secteurs de l'art et de la culture.

Ce fut un véritable plaisir d'avoir pu me plonger dans cette lecture que je recommande chaudement à toutes les personnes intéressées par les questions d'actualités autour de l'art, de la création et de l'entrepreneuriat.

Benoît RÉGENT
Docteur en sciences de gestion
Université Savoie Mont Blanc,
Laboratoire IREGE
ATER à l'Université de Perpignan