

objectifaquitaine.latribune.fr

Pays : France

Dynamisme : 10



Page 1/4

[Visualiser l'article](#)

Bordeaux / Forum d'Avignon : les créateurs, des entrepreneurs comme les autres ?



Le forum d'Avignon qui se clôture ce soir a donné lieu à deux jours de débats dont les rencontres internationales au Grand Théâtre de Bordeaux. (Crédits : Forum d'Avignon) Un créateur peut-il être entrepreneur ? Et être un entrepreneur comme les autres ? En quoi le domaine culturel constitue-t-il une activité économique à part ? Les intervenants du débat de ce matin ont témoigné de leur vision et de leurs difficultés - parfois un impératif - à concilier création et gestion.

En ouvrant le débat ce matin au Grand Théâtre de Bordeaux "Les créateurs sont-ils des entrepreneurs comme les autres ?" dans le cadre du Forum d'Avignon, Isabelle Giordano, directrice générale d'Unifrance Films, jugeait "incroyable qu'on en soit encore à se demander si mélanger culture et entreprise est possible. Les personnalités présentes ce matin permettent de voir qu'on a avancé en 20 ans."

De fait Tonjé Bakang, dirigeant fondateur d'Afrostream, plateforme de diffusion de films et séries afros, témoignait qu'"entreprendre est une pure création artistique. Audace de l'entrepreneur, création artistique : Afrostream allie les deux." L'un ne va pas sans l'autre, pour celui qui ambitionne de devenir le premier diffuseur et premier producteur de contenus afros, rappelant ce conseil donné par Paul Graham : "Faites des choses que les gens veulent, lancez-vous, n'attendez pas de faire un produit parfait, il se construira grâce aux utilisateurs, soyez à l'écoute."

L'architecte Manuelle Gautrand témoignait dans le même sens :

"On ne peut pas être un bon architecte si on n'est pas un bon chef d'entreprise. Un bâtiment réussi est un bâtiment qui a une âme après avoir rempli ses objectifs, qui réussit à marquer les mémoires. Et pour cela, il faut être un excellent chef d'entreprise : c'est un travail de plusieurs années, et un travail d'équipe : il faut l'amener dans une relation extrêmement soudée, dans ses rêves et ses convictions. Il faut en plus un cadre,



[Visualiser l'article](#)

une structure, une organisation, il faut être souple : garder les goûts du risque et pour ça il faut un cadre léger : garder la fraîcheur et la créativité qu'il faut cultiver."

Démocratiser la culture par le numérique

Léonard Anthony, directeur associé de Susanna Lea Associates et cofondateur des Editions Versilio, est en phase avec Tonjé Bakang lorsqu'il explique que son Slog a été créé pour publier en ligne des auteurs qui sans cela ne le seraient pas :

"Il faut partir d'un besoin : c'est notre cas avec les auteurs et notre Slog. Pour l'édition numérique, se dire que le livre ne fait pas partie de ça serait un suicide. Ce terrain offre de nouvelles perspectives. La peur est significative, tout ce qui apporte des nouveautés suscite des craintes, notamment dans les milieux protégés."

Isabelle Giordano rappelait qu'aux Etats-Unis, le numérique représente 25 % du chiffre d'affaires de l'édition.

"Il y a un avenir pour ça en France", assurait Léonard Anthony, rappelant que "le fonds de Danielle Thiéry n'était plus disponible en édition : en numérique, on a vendu 30.000 exemplaires en quelques mois".

Une évolution vers le numérique que n'a pu éviter Groupe Média TFO, issu d'une chaîne de télévision éducative et culturelle canadienne, édition de jeux et applications éducatifs en ligne et dont a témoigné Glenn O'Farrell, président et chef de la direction du groupe :

"Cette entreprise de 30 ans s'est retrouvée il y a 5 ans en déclin face au numérique, ce qui a induit une transformation culturelle de l'entreprise qui emploie aujourd'hui des gens avec des compétences numériques et compte 200 salariés issus de 33 pays différents. Pour nous, le feedback est important : nous suivons les tendances et les mouvements, nous écoutons."

Même esprit chez Sana Ghenima, PDG de Sanabil Med, éditeur de contenus pédagogiques en français, anglais et arabe.

"On répond à un besoin sur le marché arabe. Au niveau des contenus originaux et nouveaux, il n'y a pas beaucoup de créateurs. C'est un grand challenge sur un marché qui sur le livre n'est pas très évolué. Il faut asservir ces technologies au profit de l'éducation et de la culture. Aujourd'hui, nous avons un projet de grand jeu éducatif pour les réfugiés syriens dans les camps et pour que les petits restent dans la culture et l'apprentissage de la langue arabe. Donc dans ce monde globalisé, on ne s'adresse pas qu'aux Tunisiens. Indéniablement, il y a une nouvelle génération tech en Tunisie, mais il faut libérer les initiatives et aller vers un marché plus globalisé, plus important, pour trouver la rentabilité."

Un temps pour créer, un temps pour entreprendre

L'artiste doit-il pour autant avant toute création se poser le problème des usages, des besoins, des attentes ? C'est la question qui a fait débat.

Michel Kacenelenbogen, comédien, fondateur et co-directeur du théâtre bruxellois Le Public, a ouvert son théâtre parce que l'acteur qu'il était ne pouvait vivre de son métier.

"J'ai d'abord créé mon agence de comm il y a 20 ans. Pendant 15 ans, j'ai été en contact avec beaucoup de chefs d'entreprise. Quand j'ai ouvert le théâtre, j'ai essayé de faire le lien entre culture et entreprise et j'ai vu le vrai clivage entre les deux, notamment du côté de la culture. L'entreprise répond à une attente, pas l'artiste, même s'il espère que son œuvre trouve un jour un public. **Aujourd'hui je pense que les artistes ne**



doivent pas changer leur mode de fonctionnement : ce qui est beau et juste peut être rentable, mais le rentable ne définit pas ce qui est beau et juste."

Aurélien Bellanger, écrivain, témoignait de sa tentative avortée de se lancer dans l'aventure de l'entreprise : "Le statut d'autoentrepreneur pour pouvoir donner des conférences m'a accablé, j'ai renoncé. Donc je ne suis pas un entrepreneur."

Raphaël Pichon, chef et fondateur de l'ensemble Pygmalion qu'il a créé il y a 10 ans, estime être devenu chef d'entreprise par la force des choses.

"Ce choix était lié à une finalité, il s'est agi d'un choix pragmatique car la France ne permettait pas de répondre à nos attentes, mais en même temps la France est un pays inouï, capable de permettre ça aussi par l'intermittence."

S'il se reconnaît aujourd'hui chef d'entreprise, il reste que la culture est un défi à part :

"On a beaucoup parlé de répondre à un besoin. Pour nous il ne s'agit pas de répondre à un besoin : dans le fond, il faut s'extirper du monde pour créer, dans la forme, il faut le regarder pour être capable de rayonner : il faut lier les deux. Il ne faut pas oublier la notion de temps, de liberté, de risque : il faut être à la fois absent du monde et totalement lié au monde."

Un point de vue confirmé par l'architecte Manuelle Gautrand :

"Quand on est un entrepreneur créatif, il faut se mettre dans une bulle pour la création, puis vient un moment très pragmatique : faire tourner son entreprise."

Raphaël Pichon rappelait que faire fonctionner une entreprise avec 70 musiciens de 15 nationalités différentes coûtait cher et que pour lui le lien entre culture et entreprise impliquait aussi de parler du mécénat, qualifié de nécessaire.

Un mécénat que pratique Orange, dont le PDG Stéphane Richard a pu témoigner :

"Il est de notre mission, de notre devoir d'être un partenaire au niveau du mécénat, du monde de la culture. C'est plus développé dans le monde anglo-saxon, c'est dommage. Orange est aussi un mécène à travers sa fondation et ses salariés, ce n'est pas simplement la danseuse du président."

Orange, partenaire important du cinéma à travers son studio, OCS et des partenariats (festival de Cannes par exemple), investit également dans les entreprises puisqu'elle est par exemple partenaire au capital d'Afrostream et a mis en place des programmes d'incubation et d'accélération de projets culturels. Et de citer le Projet Art Factory pour créer des résidences d'artistes au sein de son futur campus innovation à Châtillon, ou de Numa, "lieu extraordinaire à Paris, sorte de tour de Babel avec startupper et artistes".

Il a appelé à "garder cet esprit d'entrepreneur, qui veut dire ouverture vers l'extérieur, curiosité, goût du risque. On est tous gouvernés aujourd'hui par la peur. Il y a un phénomène de défaitisme et d'autoflagellation très fort en France, mais il faut rappeler la force de sa culture et de son industrie culturelle. Au CES de la Las Vegas par exemple, la France est la deuxième communauté représentée, idem à la Silicon Valley. Donc l'important c'est de changer les mentalités. Quand on voyage, on est frappés par les atouts de la France et l'efficacité de son modèle, notamment par rapport à l'exception culturelle. En matière de création d'entreprises dans le numérique, il faut rappeler que l'on a un nombre de projets incroyables et presque disproportionné par rapport au pays."



Françoise Benhamou, professeur des universités, membre du Cercle des économistes a estimé que ces débats avaient parfaitement illustré le caractère pionnier de la culture par une innovation permanente (nécessaire en entreprise pour proposer des biens qui ont quelque chose de plus), le fonctionnement par projets (grand apport de la culture, pas de carrière linéaire avec ses avantages et ses inconvénients), enfin l'hybridation entre les modèles d'indépendance et de salariat.

Pour Thomas Paris, chargé de recherches en économie et gestion au CNRS et professeur affilié à HEC Paris, "on vit une période de mutation profonde de la culture qui suscite opportunité, craintes et fantasmes". Trois points sont à retenir pour lui :

"L'acte de création, fondamentalement isolé, est dans une logique de proposition. La prise de risque induit une précarité intrinsèque. Le modèle économique de la culture reconnaît cette précarité. Hors de ce système, il n'y a pas de renouvellement possible."

Le Prix de la startup culturelle du Forum d'Avignon au Bordelais Jamshake

Jamshake (Musique), une plateforme bordelaise de collaboration musicale en ligne qui permet également de trouver des musiciens près de chez soi ou à l'autre bout du monde, a reçu le Prix du Jury. Fondée Thomas Bouhier et Rémi Sico, elle propose une nouvelle façon de composer de la musique à plusieurs et à distance avec un outil gratuit, simple et rapide en prendre en main : JamStudio, qui s'ouvre avec un simple navigateur web et est entièrement collaboratif.

Delight (Marketing digital), un outil de conquête de clients s'appuyant sur la data et au service des producteurs de spectacles, a reçu le Prix du public.