

POUR LA RECONNAISSANCE DE L'ÉCONOMIE CRÉATIVE SOLIDAIRE

Jean-Michel Lucas

La littérature sur « l'économie créative¹ » et ses multiples avatars revendique l'ouverture définitive des frontières entre culture et économie. On nous promet ainsi que l'économie et son « mariage avec la culture [sera] une source de renouvellement et de dynamisme largement démontré² ». De partout, on nous dit que les artistes y gagnent parce qu'ils n'ont plus besoin de tendre la sèbile auprès des subventionneurs publics ; les entreprises y gagnent aussi car elles innovent plus, et surtout mieux. Quant aux territoires, ils empochent les gains d'une attractivité plus forte que celle de leurs voisins. L'économie créative passe même pour une source de « cohésion sociale et d'enrichissement culturel personnel », sans doute parce qu'elle inclut « souvent une forte dose d'activité non rémunérée économiquement sous forme de bénévolat » et que, de ce fait, « elle n'est pas dominée par la pression de l'argent³ » !

L'avenir dira si une telle alliance, une telle « fusion de l'espace public et de l'espace privé⁴ », tiendra ce qu'elle promet mais, sans attendre, on peut déjà montrer les confusions de sens et de valeurs qu'elle contient.

En premier lieu, un cadrage de méthode s'impose : il est simpliste de croire que, dans les politiques culturelles, la culture a pu être un jour dissociée de l'économie. Aucun acteur culturel, même le plus attaché à l'exception culturelle à la française, ne peut en effet prétendre vivre en autarcie, dans l'ignorance du système des échanges marchands et de ses règles concurrentielles. Il ne s'agit donc pas d'opposer un *monde culturel* par nature « hors marché » au *monde barbare* des marchandises remplissant les rayons des grandes enseignes. L'enjeu de la politique culturelle est plutôt de savoir comment la démocratie opère des dosages, au nom de l'intérêt général, entre les valeurs culturelles et les valeurs économiques.

Après cinquante ans de politique culturelle, on peut rapidement repérer trois cas de figures, dont les défauts majeurs nous incitent à imaginer une autre voie :

L'UTOPIE MALRUCIENNE

La première figure évoque l'utopie malrucienne où la valeur culturelle est définie par les spécialistes choisis par la politique publique. L'enjeu est ici de sélectionner les meilleures références possibles pour nourrir l'imaginaire commun de l'Humanité. Dans cette doctrine à la Malraux, il n'y a pas d'opposition entre la valeur économique et la valeur culturelle. Malraux, citant fréquemment *Anna Karénine* ou *La Ruée vers l'or*, est le premier à se féliciter que l'industrie culturelle produise des chefs d'œuvre ; par contre, l'intérêt général suppose la domination de la valeur culturelle sur la valeur économique car un risque majeur pèse sur l'avenir du genre humain : les industries culturelles, les « usines de rêves », laissées libres, s'adresseront, pour gagner de l'argent, au « *rêve le plus efficace pour les billets de théâtre et de cinéma, celui qui naturellement fait appel aux éléments les plus profonds, les plus organiques et, pour tout dire, les plus terribles de l'être humain et avant tout, bien entendu, le sexe, l'argent et la mort*⁵ ». Dans cette figure salvatrice de la politique culturelle, l'écono-

mie créative est certes un atout, mais uniquement sous condition que la valeur culturelle des marchandises soit suffisante pour « grandir les hommes » et éloigner le spectre du « masochisme de la culture de masse », pour reprendre une expression d'Adorno⁶. Avec son exigence sélective, la doctrine a pour beaucoup épuisé ses charmes dans une démocratie qui ne saurait évacuer de son quotidien le principe de liberté des choix culturels.

LA DOCTRINE DU LIBRE ÉCHANGE

On doit alors s'intéresser à une deuxième figure doctrinale où l'arbitrage, au nom de l'intérêt général, entre « valeur culturelle » et « valeur économique » est très différent. La doctrine est connue de tous : le libre échange de marchandises, si le marché est concurrentiel, porte sens et valeur de progrès. À ce titre, l'Article 107 du Traité pour le fonctionnement de l'Union Européenne affiche clairement le principe de l'incompatibilité des aides publiques avec les vertus de la concurrence⁷.

Sur cette base, la valeur économique optimise, sous l'empire exigeant de la concurrence pure et parfaite, la réponse aux besoins humains. Du coup, la valeur culturelle se déduit de la valeur économique. En effet, dans cette logique, la société organise des marchés spécialisés qui procèdent à la hiérarchisation de l'art et de la culture, classent les « œuvres d'art », les « biens culturels » ou les « produits de l'entertainment ». Nulle autorité publique ne peut s'arroger le droit d'imposer, au nom de l'intérêt général, la valeur culturelle de référence à la place du système d'échanges libres.

On ne doit pas en déduire que seuls les « intérêts privés » comptent et que la politique publique de la culture a disparu. Bien au contraire, l'intervention publique est très active et très vigilante pour garantir le « bon niveau de concurrence ». On le voit, par exemple, avec l'établissement public Centre national de la chanson des variétés et du jazz (CNV) qui lève un impôt sur les consommateurs de spectacles pour constituer une réserve financière permettant aux producteurs de financer une nouvelle tournée, même si la précédente était pour eux déficitaire. Avec ce dispositif public de mutualisation, le risque de disparition des offreurs de spectacles, et donc celui de monopolarisation du marché, se réduit ; la concurrence reste active et, avec elle, la société tend vers la meilleure allocation possible de ressources rares !

L'ÉCONOMIE CRÉATIVE ET L'ATTRACTIVITÉ DU TERRITOIRE

Dans cette cohérence doctrinale qui respecte le principe de liberté des choix des individus, l'économie créative est très précieuse. Elle dynamise le marché, favorise l'éclosion de nouvelles demandes et donc de nouveaux besoins, améliore la qualité des produits culturels, nourrit les opportunités de profit et, par là, participe activement à la quête du progrès.

On doit pourtant convenir que les partisans de l'économie créative font preuve d'une grande naïveté : en vantant les mérites de l'innovation culturelle pour l'économie, ils revendiquent avec raison les avantages d'un système de libre choix de sa culture par le consommateur. Dès lors, la valeur culturelle est certes essentielle pour l'épanouissement des êtres humains mais contrairement à la doctrine Malraux, elle ne porte plus sur ses épaules un enjeu d'intérêt général spécifique pour l'humanité. Le sympathique pragmatisme de l'économie créative évacue l'enjeu politique de la construction d'un référentiel imaginaire commun pour les êtres réunis. À chacun sa culture si elle se vend et/ou s'achète !

Il faut par ailleurs admettre que la doctrine du marché libre ne correspond jamais à la perfection de ses énoncés et, d'ailleurs, elle le revendique. À cet égard, l'article 107 admet des dérogations à partir desquelles d'autres arbitrages entre « valeur culturelle » et « valeur économique » peuvent être légitimés. L'article 107 affirme, par exemple, qu'il accepte des exceptions pour la « culture » mais se garde d'en donner une définition opératoire. Il admet aussi que des aides publiques peuvent être attribuées si elles n'affectent pas les échanges entre les États membres, si elles relèvent de mesures générales ou de mesures à caractère social bénéficiant au consommateur individuel⁸. La décision d'intérêt général peut donc, par dérogation, se fonder sur d'autres valeurs que la valeur économique de concurrence. La République française décentralisée a ainsi confié de larges compétences aux collectivités territoriales. L'arbitrage entre « valeur culturelle » et « valeur économique » s'en trouve modifié d'autant plus que les collectivités sont les principaux financeurs des activités culturelles⁹.

Si l'on se penche sur les compétences des collectivités, on constate qu'au-delà d'une vague « compétence générale », deux « bonnes raisons » sont à l'œuvre : – la première est celle d'agir pour répon-

dre aux besoins des habitants que le marché ne satisfait pas correctement ; – la seconde est de promouvoir le développement du territoire.

Là encore, l'économie créative pourrait solliciter la première place, puisqu'elle vise justement à contribuer à « l'enrichissement personnel » et à « l'attractivité du territoire » ! Toutefois, on ne manque pas d'être rapidement déçu ; en effet, dans les arbitrages territoriaux, la valeur culturelle n'est pas porteuse d'intérêt général en elle-même. Elle est tout juste bonne à contribuer à la réussite d'autres politiques publiques telles que la cohésion sociale ou le développement urbain. Philippe Stark n'a pas manqué d'appliquer ce regard critique au cas du musée Guggenheim de Bilbao qui passe pour un modèle culturel pertinent de grande efficacité économique et urbaine : l'effet Guggenheim n'est pour lui qu'un « effet marketing », « une sorte de hold-up de la culture¹⁰ ». En somme, la politique culturelle est d'intérêt général par procuration. Elle est utile mais elle ne porte plus l'enjeu spécifique de la construction des valeurs communes. C'est, là encore, à chacun sa culture dans son coin de territoires ou, comme on le dit à Angers « *La culture angevine s'ouvre à tous les publics et à tous les goûts* ».

On doit ainsi observer que lorsque la règle d'intérêt général est l'attractivité du territoire, les « bonnes valeurs

“Il ne s'agit pas d'opposer un monde culturel par nature « hors marché » au monde barbare des marchandises remplissant les rayons des grandes enseignes. L'enjeu de la politique culturelle est plutôt de savoir comment la démocratie opère des dosages, au nom de l'intérêt général, entre les valeurs culturelles et les valeurs économiques.”

CIGALES SOLIDAIRES

Le premier « Club d'Investisseurs pour une Gestion Alternative et Locale de l'Épargne Solidaire » a vu le jour en 1983. Depuis, les CIGALES se sont multipliées en France et, en 2007, 27 clubs rassemblaient un peu moins de 1300 cigaliers.

Ces structures de capital-risque solidaire mobilisent l'épargne de leurs membres au service de la création et du développement de petites entreprises locales et collectives (SARL, SCOP, SCIC, SA, association, etc.). L'initiative est collective : 5 à 20 personnes se réunissent mensuellement pendant cinq ans et mettent leurs économies en commun. Le plafond réglementaire de l'épargne est fixé à 5 500 € par an et par personne. Les cigaliers reçoivent des créateurs et décident d'affecter leur épargne collective au capital des entreprises. Au terme des 5 ans, le club liquide son portefeuille au prorata des apports des cigaliers.

Les CIGALES se présentent comme une alternative à l'économie capitaliste. Le club est un lieu qui permet à ses membres de mieux comprendre les mécanismes de l'entreprise et de se réapproprié la fonction d'actionnaire. La pérennité prévaut sur le court terme.

L'un des objectifs essentiels est de lutter contre l'exclusion en respectant le développement durable. Les cigaliers soutiennent en priorité le commerce équitable, la défense de l'environnement, les énergies renouvelables et l'insertion sociale et professionnelle.

La Charte des CIGALES défend donc la place innovante des clubs « au carrefour de l'épargne de proximité, de l'épargne éthique et de l'épargne solidaire ».

Pour en savoir plus : Fédération des CIGALES : <http://www.cigales.asso.fr/>

culturelles » sont celles qui font rayonner le territoire, au niveau local, régional, national, européen. Avec la culture, le territoire d'ici, « notre » territoire, a vocation à devenir meilleur que les autres et la valeur culturelle n'est qu'un atout de cette lutte permanente pour gagner des positions. Pour évident que cela puisse paraître, on doit toutefois s'interroger sur ce curieux destin de la culture dont la valeur devient une arme de politique publique pour que le territoire soit plus fort que le monde environnant. La politique culturelle du territoire légitime la domination d'une culture territoriale sur les autres.

Dans cette économie culturelle territoriale, prônée par l'économie créative, l'alliance « culture/économie » est certes solide empiriquement. Elle est pragmatique mais reste dramatique politiquement pour ceux qui croient que la culture ne prend sens et valeur que pour construire ensemble la nécessaire utopie humaniste. L'économie créative l'ignore et, à cet égard, elle est plus souvent fautive que naïve.

Pouvait-elle, néanmoins, penser une autre alliance de l'économie et de la

culture ? La réponse est positive et presque évidente pour ceux qui prennent au sérieux les engagements de l'Unesco en matière de diversité culturelle. Il est donc possible de résister aux doctrines existantes pour redonner à la culture une dimension fondamentale pour le genre humain.

LA DOCTRINE DE LA LIBERTÉ CULTURELLE DE LA PERSONNE

La quatrième figure de l'alliance de la culture et de l'économie a pour point de départ l'article 1 de la Déclaration universelle des Droits de l'Homme de 1948. Chaque être humain doit être pleinement reconnu dans sa dignité. Pour ce faire, la politique publique doit considérer que chaque personne a la liberté de choisir ce qui fait culture pour elle. Chaque personne doit être respectée dans l'identité culturelle qu'elle se construit. Cette position doctrinale impose une lourde contrainte : comme le droit à la dignité de sa culture est absolu, celui qui revendique le respect de son identité culturelle doit impérativement s'engager à respecter la dignité culturelle des autres.

L'enjeu culturel pour l'humanité n'est plus celui de l'œuvre de référence, comme le voulait Malraux. L'enjeu n'est pas non plus celui de satisfaire des besoins culturels de consommateurs individuels dans l'indifférence des autres ou de consolider la puissance des territoires et de leur peuple. Il s'agit maintenant de construire l'humanité en acceptant à la fois la liberté des choix culturels de chaque personne, au nom de leur dignité, et la nécessité que ces choix respectent les autres cultures. Le pari est difficile mais la solution est prometteuse pour la démocratie du « vivre ensemble » : la politique publique de la culture doit alors veiller à ce que les pratiques des cultures singulières, dont celles des artistes, soient à la fois libres et compatibles, disons plutôt « reconnues » par les autres cultures. Comme la réponse à cette question n'est jamais certaine, et qu'elle est moins à trouver dans les faits objectifs que dans la représentation que chacun se fait des autres, la politique de la culture doit organiser en permanence les confrontations de sens et de valeurs culturels ; elle doit être à l'écoute des réactions provoquées par la variété des expressions culturelles, dans le but d'en favoriser la reconnaissance, de réduire les distances et, si nécessaire, de combattre les cultures du rejet et de l'exclusion.

Cette doctrine de la liberté culturelle trouve son expression juste dans la formulation des droits culturels des personnes, tels que la déclaration de Fribourg les a formulés. Elle modifie considérablement la relation entre la valeur économique et la valeur culturelle.

Puisque chaque personne a la légitimité de choisir les biens culturels les plus conformes à sa dignité culturelle, il lui est possible de choisir, en toute liberté, la voie du marché concurrentiel. Dans ce cas, la personne considère que la « valeur économique » du produit culturel correspond à la « valeur culturelle » qu'elle lui donne pour construire son identité. Le marché n'est donc pas remis en cause mais il n'est qu'un outil de la dignité culturelle de la personne.

Dans cette doctrine, le marché concurrentiel n'est plus, par essence, le grand ordonnateur du progrès collectif : si le sens et la valeur culturels des marchandises portent atteinte à la dignité des personnes, le débat public s'ouvre et le marché doit céder si ses pratiques sont incompatibles avec le principe universel de respect des cultures des personnes. La concurrence n'est plus une fin ultime !

La personne peut maintenant revendiquer une autre voie pour exercer ses droits culturels. Le raisonnement est le suivant : « *pour garantir pleinement ma dignité culturelle, et établir des interactions culturelles avec d'autres identités, je considère que l'acquisition de biens et services culturels sur le marché concurrentiel ne me satisfait pas. Je tiens à construire mon identité culturelle autrement, en entretenant avec d'autres personnes, d'autres identités culturelles des relations de partage de parole, de récits, de formes sensibles, d'histoires et de symboles communs, sans que s'impose entre nous la logique du profit.* »

L'ÉCONOMIE SOLIDAIRE : UNE MOBILISATION DES RESSOURCES CULTURELLES HUMAINES

Une nouvelle relation entre l'économie et la culture est alors tracée : dans la politique publique, c'est maintenant la valeur culturelle de la personne qui s'impose aux valeurs économiques des marchandises culturelles. L'économie créative prend un autre sens : elle devient une « économie créative solidaire » qui s'inscrit dans la politique publique de la culture en application du principe universel de respect des dignités culturelles.

Pour en faire ressortir les principes, prenons comme illustration une association de musiques actuelles, secteur d'activité dont on vante, ici ou là, les capacités à contribuer activement à l'économie de la culture.

L'association propose à des jeunes apprentis musiciens des locaux de répétitions, des conseils techniques et autres

soutiens pour accompagner leur projet artistique. Certaines personnes utiliseront ces locaux parce que ce service culturel répond à leur préoccupation, à leur « besoin » au sens du marché. Ils paieront le tarif de location au « prix du marché », comme n'importe quel consommateur. La politique culturelle du 107 s'applique à eux.

Il est aussi possible et fréquent que ces consommateurs deviennent des « usagers » si la collectivité estime nécessaire, pour des raisons d'inégalités sociales ou économiques, de subventionner l'association pour réduire les tarifs des services fournis. Là encore, il ne s'agit que d'une application des exceptions prévues à l'article 107. Dans les deux cas, l'association se contente d'être prestataire d'un service qui est acheté par des « consommateurs » ou des « usagers », même si l'association les appelle « mon public ».

Il ne serait pas sérieux de considérer qu'une telle offre associative constitue une réponse aux exigences de l'économie créative solidaire sous prétexte qu'elle

“Cette doctrine de la liberté culturelle trouve son expression juste dans la formulation des droits culturels des personnes, tels que la déclaration de Fribourg les a formulés. Elle modifie considérablement la relation entre la valeur économique et la valeur culturelle.”

serait subventionnée et non lucrative. L'association, toute culturelle qu'elle soit, reste et demeure un fournisseur de marchandises, à des prix égaux ou inférieurs au marché, rien de plus.

En revanche, la situation est tout à fait différente si l'association affirme sa volonté de contribuer à la reconnaissance¹¹ des personnes et à la consolidation de leur dignité culturelle. Elle affirme alors ses valeurs et demande aux personnes qui veulent bénéficier des ateliers de répétition ou de l'accompagnement des ingénieurs, professeurs et artistes confirmés d'adhérer à cette éthique du projet. À ce titre, les personnes sont évidemment parties prenantes à la vie interne de l'association, selon des règles de démocratie explicites et appliquées, mais cela ne suffit pas. Puisque leur dignité est en jeu, elles doivent aussi participer à la reconnaissance par la Cité du sens et des valeurs culturels de leurs pratiques ; elles doivent s'engager à dire aux autres le sens et la valeur du projet auxquels elles sont associées. L'engagement pour la dignité culturelle signifie investissement de la personne dans l'espace public pour contribuer au « vivre ensemble ».

La conséquence est inévitablement que leur projet devra s'adapter autant que le référentiel culturel commun du territoire aura aussi à s'ajuster à cette présence de cultures inédites, en particulier lorsqu'elles prennent des « formes étrangères » et des formes « étranges » liées à des pratiques d'expérimentation artistique. L'engagement dans l'économie créative solidaire est ainsi action de résistance au repli de chacun sur sa culture, dans son association, dans son identité figée. Repli si contradictoire avec les principes de la diversité culturelle. On pourrait dire « ouverture aux autres » ou mieux « participation » aux lieux d'échanges et de discussions qui, permettent, non pas de partager toutes les cultures, mais de reconnaître une place légitime et pacifiée à la diversité des identités culturelles.

Avec la nécessité de ces engagements, l'économie créative solidaire est donc d'une grande exigence pour la personne qui, dès lors, ne peut plus être assimilée à un « public » anonyme, un usager indifférent ou un consommateur ignorant les valeurs collectives. Il n'est plus question non plus de dire que le projet s'adresse à des gens, des habitants, des populations. On aurait tort enfin de considérer que, dans le projet, la personne est « béné-

“L'engagement dans l'économie créative solidaire est action de résistance au repli de chacun sur sa culture, dans son association, dans son identité figée. Repli si contradictoire avec les principes de la diversité culturelle.”

vole » puisqu'elle donne et reçoit beaucoup. Sa contribution vient en contrepartie de l'apport des autres personnes participant à l'économie (solidaire) du projet culturel, même si cette contrepartie ne se lit pas en terme de salaire, (c'est-à-dire en terme de contrepartie monétaire d'une marchandise appelée « force de travail »).

En tout cas, le temps que la personne passe dans son engagement culturel ne peut plus être considéré comme relevant d'un temps de « loisir ». L'affaire est plus sérieuse car l'enjeu concerne fondamentalement la capacité des personnes à devenir acteurs de leur dignité culturelle et à engager leur identité de « sujet » dans l'interaction avec les autres. On notera à cet égard que cette conception de l'économie créative solidaire remet en cause l'esprit même du projet de loi sur les amateurs¹².

Le texte de ce projet de loi reconnaît certes que l'activité des amateurs contribue à leur développement personnel mais, paradoxalement, il en fait une simple activité de loisir. L'amateur se

« détend » après le temps sérieux du labeur et la seule activité artistique qui compte pour le projet de loi est celle où l'artiste est salarié d'un patron qui vend ses spectacles sur le marché. Encore « l'article 107 » loin de la logique des droits culturels.

On peut préciser cette dynamique de mobilisation de ressources culturelles humaines en prenant l'exemple d'un musée. Dans les trois premières figures de politique publique que nous avons évoquées, le propos sera à peu près identique : « *notre musée a une belle collection, nous incitons le public à venir visiter nos expositions de qualité professionnelle et à découvrir, grâce aux compétences de nos médiateurs, nos richesses artistiques* ». Il suffit d'acquiescer un droit d'entrée modeste et le tour culturel est joué.

L'IMPÉRATIF DE LA DIGNITÉ CULTURELLE

Avec la figure de la dignité culturelle, le musée se présentera autrement en disant : « *notre mission est de permettre aux personnes et aux groupes de pouvoir mieux déterminer leur place dans le monde. Venez travailler avec nous, pour dire aux autres ce que vous avez à leur dire car nos compétences sont au service de la construction de votre identité culturelle. Nous ferons ensemble un parcours qui vous permettra d'être dans l'espace public, acteurs de votre identité, d'être ainsi mieux reconnus et de mieux respecter les autres identités.* » Comme le formule par exemple le directeur du Tyne and Wear Museums de Newcastle, Alec Coles, à propos des missions de sa structure : « *Most importantly, it is an organisation, literally, with a mission : To help people determine their place in the world and define their identities, so enhancing their self-respect and their respect for others*¹³ ».

Avec la figure de la dignité culturelle, la politique publique instaure entre les deux parties (le musée et le groupe de personnes) un engagement solide



© JEAN-PIERRE SAEZ

de partage des valeurs culturelles par la construction d'un projet commun, proposé aux autres identités culturelles, dans l'espace public. Le projet culturel respecte tant les compétences des professionnels que les identités des personnes, tout en tissant entre elles des réseaux qui participent à la richesse culturelle de chacun et du collectif, même sans contrepartie monétaire¹⁴.

Le scénario de l'économie créative solidaire est finalement simple : pour construire sa dignité culturelle et devenir acteur de son identité culturelle dans un rapport qui prend soin des identités des autres, la personne s'engage dans un projet collectif de partage culturel. Avec cette exigence, l'économie créative s'ancre dans les valeurs de l'économie solidaire¹⁵ au sens où le projet consiste à agir et produire ensemble, dans le respect des principes démocratiques, autour de valeurs culturelles partagées, en établissant des relations négociées de réciprocité. L'engagement culturel prime sur les contreparties obtenues par paiement monétaire. L'artiste peut vendre beaucoup mais, pour être d'intérêt général, son projet n'a pas besoin d'être rentable :

il lui suffit de mobiliser autour de lui les personnes qui s'engagent à faire sens et valeurs dans l'espace public pour nourrir l'imaginaire commun du « Vivre ensemble ».

Il conviendrait donc de progresser dans la reconnaissance juridique d'une économie créative solidaire. Dans un premier temps, on pourrait suggérer qu'une collectivité, en « co-construction » avec les acteurs volontaires, élabore *une charte d'éthique culturelle*. Le document rappellerait les principes des droits culturels, les engagements des signataires en matière de respect des dignités culturelles. Il préciserait les principes d'équité et de transparence démocratique que les acteurs auront à respecter pour s'assurer de l'engagement des personnes aux projets ou sanctionner les engagements non tenus. Il organiserait avec soin le dispositif d'évaluation partagée.

En contrepartie de cette adhésion à la charte d'éthique culturelle, les associations bénéficieraient de soutiens financiers de la collectivité, elles seraient associées à un dispositif rénové de gouvernance de l'action culturelle publique et, surtout, elles

seraient intégrées au processus permanent de confrontations de sens et de valeurs des cultures dans leur diversité.

Il reste que cette approche n'aura de portée que si elle peut faire bouger les lignes de l'article 107 qui, aujourd'hui, les considère au mieux comme des exceptions culturelles sympathiques n'échappant nullement à l'emprise de l'environnement concurrentiel¹⁶. Si l'on voulait donner place au principe universel de dignité, il faudrait reformuler l'article 107 pour y inclure l'engagement politique suivant : « *Au titre du respect des droits culturels, les aides publiques sont autorisées pour soutenir les projets d'économie créative solidaire, contribuant à renforcer la dignité culturelle des personnes et leur plus grand respect des autres.* »

On pourrait alors sérieusement inaugurer, au niveau des textes européens, un vrai « service culturel d'intérêt général » correspondant au travail mené en Europe par des milliers d'associations. On pourrait ensuite traduire ce nouveau principe par une loi nationale sur la culture qui, au lieu de porter sur le secteur culturel conçu comme une simple offre de

marchandises par le secteur public ou par le privé, affirmerait la nécessité de soutenir l'engagement culturel des personnes au nom des valeurs de solidarité et de liberté culturelle. Après tout, si la France a signé les accords de l'Unesco, que cela ne soit pas pour rien.

Compte tenu de ces perspectives et de ses exigences, les acteurs de l'économie créative devraient veiller à éviter les confusions de sens : ils ne peuvent pas prétendre avoir toutes les vertus, celles de l'intérêt général comme celles de l'intérêt particulier. Ils devraient indiquer un peu mieux ce qu'ils veulent être : des tremplins pour le profit des industries culturelles mondialisées, des outils de la domination d'un territoire sur les autres ou des apporteurs de « services culturels d'intérêt général » à part entière, contribuant à la conquête de la plus grande des libertés, celle du « vivre ensemble » dans le respect réciproque des dignités culturelles des personnes.

Jean-Michel Lucas

Président de Trempolino, maître de conférences à l'Université de Bretagne - Rennes.

Chers amis,

Une nouvelle fort triste nous parvient. Augustin Girard est décédé jeudi 9 juillet. Avec lui disparaît une figure exemplaire et majeure de la vie culturelle, même si son nom n'était pas forcément connu du grand public. Je peux témoigner en tous cas que, pour des acteurs de diverses générations impliqués notamment dans les politiques culturelles et leur évaluation et œuvrant aujourd'hui même dans le monde, le fondateur du service des études et de la recherche du ministère de la culture demeure une référence intellectuelle et morale de premier rang. Son nom était encore spontanément cité dans des séminaires d'experts tenus tout récemment à Budapest ou à Montréal. C'est dire le rayonnement de sa pensée et de son action. Le dernier éditorial de l'Observatoire était consacré à la question culturelle dans une perspective de développement durable. Rien ne vaut de revenir aux sources de la réflexion sur le thème du développement culturel et cela m'avait amené à citer en exergue à ce texte l'une des réflexions prémonitoires d'Augustin sur le sujet. C'est dire aussi qu'il continuait de nous accompagner par la pensée, même si les circonstances et sa santé l'avaient éloigné des lieux publics ces dernières années. Nous savions qu'il ne serait pas en mesure de nous rejoindre pour participer au grand colloque de fin mai marquant, à Grenoble, les 20 ans de l'Observatoire et pour lequel nous avions choisi de mettre en valeur la jeune recherche européenne. Tenu au courant de ce projet et de son orientation, Augustin avait su mobiliser son énergie pour nous adresser des mots d'encouragement plus précieux les uns que les autres. Ceux qui étaient présents se souviennent aussi que ce colloque lui a été dédié. Ce n'était que justice bien entendu, et de savoir qu'il a eu conscience de cet hommage nous remplit de joie. On le sait, sa présence aux côtés de René Rizzardo pour fonder l'Observatoire des politiques culturelles a été déterminante. Son accompagnement pendant près de 17 années nous était complètement nécessaire. Par ses qualités humaines, il était aussi apprécié par toute l'équipe qui a pleinement conscience de son apport à notre aventure. Par dessus tout, je retiens son regard, attentif, généreux et cette confiance sans limite dont il témoignait toujours, une confiance qui nous a littéralement portés et qui nous a fait grandir.

Jean-Pierre Saez

Observatoire des politiques culturelles

Pour la reconnaissance de l'économie créative solidaire

NOTES

1- Le lecteur s'attend sans doute à bénéficier d'une définition précise de « l'économie créative », mais il ne l'obtiendra pas. Chaque regard sur le monde voyant midi à sa porte, le mariage « culture/économie » n'est encore qu'un amoncellement de représentations rattachées à des paradigmes indéfectés. Le statut « scientifique » des auteurs sert de paravent à des subjectivités qui ne songent même pas à s'interroger sur leur certitude doctrinale et leurs faiblesses théoriques ! On lira une étude exhaustive de tous ces déguisements de « scientificité » dans le *working paper* de Katia Segers and Ellen Huijgh : « *Clarifying the complexity and ambivalence of the cultural industries* », Cemeso (Center for studies on media and culture), 2007.

2- Nous avons repris ce credo du livre *Économie créative* publié à Bordeaux par l'Institut des deux rives qui se présente comme un « réservoir de pensée, sur le sujet » ! (Éditions Mollat, 2009). On retrouverait les mêmes vertus énoncées par l'Alliance globale pour la diversité culturelle sur le site de l'Unesco : http://portal.unesco.org/culture/fr/ev.php-URL_ID=29032&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html.

3- Le réseau « creative cluster » organise même des formations pour atteindre tous ces objectifs en même temps, voir <http://www.creativeclusters.com/>.

4- On trouve cette expression dans la contribution du syndicat F3C-CFDT aux Entrepreneurs de Valois, page 187 du document final.

5- André Malraux, discours prononcé par André Malraux à l'occasion de l'inauguration de la Maison de la Culture d'Amiens, le 19 mars 1966

6- T. Adorno, *Le caractère fétiche dans la musique*, page 33, Éditions ALLIA, 2003.

7- Article 107 (ex-article 87 TCE) : Sauf dérogations prévues par les traités, sont incompatibles avec le marché intérieur, dans la mesure où elles affectent les échanges entre États membres, les aides accordées par les États ou au moyen de ressources d'État sous quelque forme que ce soit qui faussent ou qui menacent de fausser la concurrence en favorisant certaines entreprises ou certaines productions. [...] 3. Peuvent être considérées comme compatibles avec le marché intérieur : [...] d) les aides destinées à

promouvoir la culture et la conservation du patrimoine, quand elles n'altèrent pas les conditions des échanges et de la concurrence dans l'Union dans une mesure contraire à l'intérêt commun... .

8- Les détails des dérogations sont explicités dans la Circulaire du 26 janvier 2006 relative à l'application au plan local des règles communautaires de concurrence relatives aux aides publiques aux entreprises.

9- Voir les publications du DEPS : *Culture Chiffres 2009-3*, Les dépenses culturelles des collectivités locales en 2006 : près de 7 milliards d'euros pour la culture.

10- Voir l'interview de Philippe Stark dans *Une introduction à l'économie créative*, op.cit.

11- Cf. Axel Honneth, « Invisibilité : sur l'épistémologie de la reconnaissance », in *La société du mépris*, éditions La Découverte, 2006 ; et *La réification* NRF.

12- Avant projet de loi « De la participation des amateurs à des représentations de spectacles vivants », juin 2008. Article 1 : définition de l'amateur « est dénommé amateur dans le domaine du spectacle vivant toute personne qui pratique seule ou en groupe une activité artistique à titre de loisir... ». Voir le projet et les commentaires de la cofac : <http://www.cofac.asso.fr/spip.php?article50>

13- Voir le site Tynes et Wear Museums

14- Sur la richesse culturelle comme effet de réseau voir, par exemple, Patrice Meyer-Bisch « Les droits culturels enfin sur le devant de la scène ? », in *L'Observatoire* n° 33, Observatoire des politiques culturelles, mai 2008.

15- On renvoie ici aux travaux de Jean-Louis Laville, en particulier *L'économie solidaire, une perspective internationale*, Hachette Littératures, 2007. On citera aussi l'ouvrage de Laurent Gardin, *Les initiatives solidaires* Éditions ERES, 2006 ; ainsi que l'ouvrage collectif dirigé par P. Colin et A. Gautier *Pour une autre économie de l'art et de la culture*, Éditions ERES, 2008.

16- On rappelle le combat de l'Ufisc dont le manifeste est justement fondé sur les principes de la diversité culturelle.