

Fabriquer l'Europe créative. L'institutionnalisation de la créativité au prisme d'un dispositif politique de l'Union Européenne

Mehdi Arfaoui

► **To cite this version:**

Mehdi Arfaoui. Fabriquer l'Europe créative. L'institutionnalisation de la créativité au prisme d'un dispositif politique de l'Union Européenne. De l'injonction à la créativité à sa mise en œuvre: quel parallèle entre monde de l'art et monde productif?, Apr 2015, Nantes, France. halshs-02559274

HAL Id: halshs-02559274

<https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-02559274>

Submitted on 30 Apr 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Fabriquer l'Europe créative. L'institutionnalisation de la créativité au prisme d'un dispositif politique de l'Union Européenne

Mehdi ARFAOUI
EHESS-CEMS
Mail : mehdi.arfaoui@ehess.fr

Résumé : Depuis la fin des années 1990, et de façon accrue dans le courant des années 2000, la notion de « politiques pour la créativité » paraît se substituer à celle de « politiques culturelles ». Ce basculement, en plus d'être sémantique, apparaît comme un moyen de déployer un ensemble de réformes et d'outils politiques qui contribuent à fabriquer une nouvelle réalité pour le secteur artistique et culturel. Le présent article aura pour objet de comprendre la signification et l'appropriation du concept de créativité dans les dispositifs politiques de la Commission européenne.

Mots-clés : Europe, créativité, politiques culturelles, outils de gestion, institutionnalisation.

Depuis la fin des années 1990, et de façon accrue dans le courant des années 2000, la notion de « politiques pour la créativité » paraît se substituer à celle de « politiques culturelles ». Ce basculement, en plus d'être sémantique, apparaît comme un moyen de déployer un ensemble de réformes et d'outils politiques qui contribuent à fabriquer une nouvelle réalité pour le secteur artistique et culturel. Le présent article aura pour objet de comprendre la signification et l'appropriation du concept de créativité dans les dispositifs politiques de la Commission européenne. J'espère montrer, en observant les outils employés dans le cadre du programme *Creative Europe*, qu'une forme idéale-typique de l'organisation créative semble être suggérée par les responsables européens pour réorganiser les structures du champ artistique et culturel.

Ce court exposé se déroulera en trois parties. Dans un premier temps, nous dégagerons le contexte dans lequel émerge le programme *Creative Europe*. Ce dernier constituera notre objet d'étude en tant qu'il apparaît effectivement comme une forme institutionnalisée d'un idéal créatif. Dans un deuxième temps, en passant par la description des outils de gestion du programme et des injonctions auxquelles ceux-ci semblent donner lieu, nous proposerons une synthèse de ce qui composerait, aux yeux des institutions européennes, les caractéristiques idéales-typiques d'une organisation créative. Enfin, nous concluons en observant comment la formulation la plus récente des politiques européennes pour la créativité pourrait témoigner d'un déplacement de points de vue sur la responsabilité attribuée aux organisations artistiques et culturelles.

1. La genèse du programme *Creative Europe*

Administrativement parlant, le programme *Creative Europe* est le résultat de la fusion de deux programmes préexistants : le programme *Culture* (pour la coopération culturelle et le patrimoine), et le programme *MEDIA* (pour le marché du film). Assurément, l'adjonction de la culture et de l'audiovisuel sous le nom de créativité a conféré au programme *Creative Europe*, d'une part, un aspect polymorphe (puisqu'il concerne tant le patrimoine européen, que le développement du jeu vidéo, la traduction littéraire ou la distribution) et, d'autre part, une multitude de fonctions (car parmi les 6 objectifs du programme, on trouve la croissance et l'emploi, la production de données statistiques sur les secteurs culturels et créatifs, le dialogue avec la société civile, les échanges interculturels, enfin la coopération entre pays européens et du monde).

Politiquement, le programme répond directement à la stratégie *Europe 2020*, adoptée en 2010, qui a pour but de faire de l'Europe « une économie intelligente, durable et inclusive avec des niveaux d'emploi, de productivité et de cohésion sociale élevés »¹. À cet égard, « les secteurs culturels et créatifs » sont considérés comme « une source d'idées innovantes qui peuvent être transformées en produits et services créateurs de croissance et d'emplois et contribuer à répondre aux changements sociétaux »². On peut lire, dans le Journal Officiel de la Commission, que « l'excellence et la compétitivité dans ces secteurs sont avant tout le fruit du travail des artistes, des créateurs et autres professionnels, qu'il convient d'encourager. À

¹ Règlement (UE) n°1295/2013 du Parlement et du Conseil Européen du 11 décembre 2013 établissant le programme "Europe créative" (2014 à 2020), L 347/221.

² Règlement (UE) n°1295/2013 du Parlement et du Conseil Européen du 11 décembre 2013 établissant le programme "Europe créative" (2014 à 2020), L 347/222.

cette fin, il y a lieu de promouvoir l'accès aux financements pour les secteurs culturels et créatifs »³.

En effet, le principal outil contenu dans le programme *Creative Europe* est un double mécanisme de soutien aux financements pour ces secteurs. Il y a, d'une part, une bourse de financement pour des projets culturels et créatifs, dont le budget s'élève à 1 milliard 400 mille euros et, d'autre part, un mécanisme de garantie, c'est-à-dire un fonds de garantie (s'élevant à 120 millions d'euros) qui permet à des intermédiaires financiers de proposer des prêts en faveur de projets culturels et créatifs sans prendre le risque d'un défaut de paiement, puisque l'Union Européenne se porte garant.

2. Les dispositifs politiques du programme

Les outils épistémiques

Les premières formes d'institutionnalisation de la créativité, comme catégorie d'intervention pour les politiques culturelles, passent en grande partie par la production des définitions de ce que l'on nomme aujourd'hui « les industries et l'économie créatives ». Après un travail conceptuel initié vers la fin des années 1990 par le gouvernement britannique et l'UNESCO, c'est en 2010 que la Commission européenne produit à son tour, dans un « livre vert » (*green paper*), une définition des industries créatives : “*‘Creative industries’ are those industries which use culture as an input and have a cultural dimension, although their outputs are mainly functional. They include architecture and design, which integrate creative elements into wider processes, as well as subsectors such as graphic design, fashion design or advertising*”⁴.

Dans l'ensemble des rapports produits ou commandés par la Commission européenne, les industries et l'économie créatives sont décrites comme le fruit d'une imbrication entre le secteur de l'information et de la communication (TIC) et celui des industries culturelles. Les organisations créatives seront plus confortablement envisagées à partir du processus dont elles font usage plutôt qu'à partir des objets qu'elles engendrent. Dans le modèle de la créativité porté par l'Union Européenne l'aspect culturel ou artistique n'est alors pas un résultat (un *output*), mais plutôt une ressource (un *input*) déchargée dans le reste de l'économie.

Les dispositifs épistémiques mobilisés par l'Union (c'est-à-dire les outils producteurs de connaissance : les rapports, les études, et les livres verts) semblent offrir des clés de compréhension et justifier ainsi le changement paradigmatique que constitue le passage aux politiques créatives. La définition plurielle et extensive des industries et de l'économie créatives, la valorisation quantitative de leur exploitation commerciale, amènent les acteurs du programme *Creative Europe* à rendre légitime la créativité comme élément de réponse aux objectifs européens.

Les outils pédagogiques

Dans un second temps, les formations, séminaires et ateliers qui sont donnés par les bureaux locaux du programme aux porteurs de projets créatifs, servent à former ces responsables aux

³ Règlement (UE) n°1295/2013 du Parlement et du Conseil Européen du 11 décembre 2013 établissant le programme "Europe créative" (2014 à 2020), L 347/222.

⁴ European Commission (2010), “Green Paper: Unlocking the potential of cultural and creative industries” (*COM/2010/0183).

« nouvelles » dynamiques des industries et de l'économie créatives. C'est ce que j'appelle ici les outils pédagogiques.

Le déploiement de ces rencontres est accompagné d'une rhétorique qui incite les porteurs de projet à accepter la rupture nécessaire dans le champ artistique (« Il faut changer de paradigme [...] Il faut changer de logiciel de réflexion, il faut travailler autrement »), en intégrant des modes de travail « collaboratifs et participatifs » et en acceptant de travailler de façon plus « transectorielle » (« il faut concilier le rendez-vous culturel et le rendez-vous économique ; travailler plus ensemble, sans barrières »).

Pour outiller les porteurs de projet, les responsables fondent leurs cours sur des méthodes, exercices ou cadres de travail issus de la théorie de l'innovation ou du management. Nous pourrions citer, à titre d'exemple, trois méthodes couramment mises en avant : le *design thinking*, une approche managériale de l'innovation, dont l'atout est de constituer un schéma organisationnel en itération continue et partant d'une logique inclusive avec les usagers ; le *SWOT analysis*, « un outil d'analyse stratégique [qui] combine l'étude des forces et des faiblesses d'une organisation, d'un territoire, d'un secteur, etc. avec celle des opportunités et des menaces de son environnement, afin d'aider à la définition d'une stratégie de développement »⁵ ; et le *business model*, méthode aujourd'hui classique de représentation systémique de l'origine de la valeur ajoutée d'une organisation et du partage de cette valeur entre les différentes parties prenantes. Elle incite à imaginer d'autres modes de financement que la subvention, intégrant davantage la sphère bancaire ou le financement participatif.

Les outils pragmatiques

Enfin, le processus d'institutionnalisation de la créativité, en plus des dimensions épistémiques et pédagogiques, se déploie au niveau plus concret des systèmes de sélection et d'allocation des financements par l'agence exécutive en coordination avec la Commission. Ces outils, que l'on pourrait nommer pragmatiques, déterminent l'éligibilité des projets créatifs et incitent les porteurs à adopter un modèle organisationnel créatif tel que les objectifs européens le définissent.

Afin d'être éligible aux financements, chaque porteur de projet doit prouver la stabilité de sa structure, notamment par la démonstration des comptes de résultat des années précédentes, mais aussi justifier, par son *business model*, la capacité financière de l'entreprise sur la totalité de la durée du projet. S'ils sont éligibles, les projets sont soumis à des standards et barèmes qui permettent ensuite leur évaluation.

Les critères d'évaluation constituent ensemble un système de points : des points sont généralement attribués à la valeur ajoutée européenne (c'est-à-dire à la capacité de travailler de façon transnationale), à la qualité des activités (c'est-à-dire à l'efficacité du *business model* et du plan de financement), à la portée internationale de la diffusion et de la distribution, ou encore à la qualité des équipes, leur diversité et leur complémentarité. Les candidatures sont ensuite notées par un panel d'experts réunis par une agence tierce (ces experts sont généralement issus du secteur concerné). Rapportée à une note globale, cette évaluation offre la possibilité à l'agence exécutive d'une objectivation quantitative des projets, les rendant mesurables et commensurables, catégorisables et donc sélectionnables.

⁵ Site de l'Union Européenne, « Qu'est-ce qu'une analyse SWOT ? », [Consulté pour la dernière fois le 28/05/2015]. Disponible en ligne : http://ec.europa.eu/europeaid/evaluation/methodology/tools/too_swo_def_fr.htm

A partir de 2016 seront également mises en place des garanties de prêt qui permettront aux investisseurs de prendre moins de risque en investissant dans des structures culturelles. Ce mécanisme de garantie était déjà disponible avant 2013 pour le volet *MEDIA* du programme. Aujourd'hui élargi au volet *Culture*, l'outil a comme ambition, pour les organisations, de faciliter l'accès aux financements privés ; pour les investisseurs, de leur apporter les moyens d'appréhender et de justifier financièrement un investissement dans les secteurs artistiques et culturels ; pour la Commission européenne, d'alléger sa charge administrative tout en optimisant son impact sur l'industrie. Si les documents encadrant le mécanisme de financement stipulent que le système bancaire ne pourra pas simplement calquer son modèle financier sur le secteur artistique et culturel, ils précisent aussi qu'il sera nécessaire pour les emprunteurs d'adapter leur modèle économique aux réalités du marché⁶.

3. Europe créative : le signe d'une réforme des politiques culturelles ?

Le programme *Creative Europe*, accompagné de ses mécanismes de financement, ne peut être considéré comme une nouveauté radicale dans l'histoire des politiques culturelles européennes. Notamment, parce qu'il fonde sa structure sur des programmes préexistants (le programme *MEDIA* et le programme *Culture*). Par ailleurs, le poids du financement européen est à relativiser par rapport aux financements nationaux accordés à l'art, à la culture et à l'audiovisuel. Le budget pour 5 ans du programme *Creative Europe*, c'est-à-dire 1 milliard 400 millions d'euros, ne représente que 0,1% du budget global de l'UE. Soit une somme inférieure, par exemple, au budget annuel de l'Estonie pour ce poste, et plus de 6 fois inférieure au budget annuel de l'Allemagne pour le même poste⁷.

Cependant, en accompagnant le passage des politiques culturelles aux politiques pour la créativité, les dispositifs du programme semblent avoir évolué dans un sens qui prescrit aux structures culturelles et artistiques de nouvelles modalités organisationnelles. De fait, une analyse plus systématique nous permet de dégager les caractéristiques de ce qui constituerait la forme idéale-typique d'une organisation créative aux yeux de la gouvernance européenne. Tout d'abord, l'organisation créative serait le fruit d'une association entre plusieurs secteurs. Rarement « mono-sectorielle », elle saurait associer acteurs industriels, universitaires, professionnels et collectivités. Faisant pleinement usage des technologies de la communication et de l'information, l'organisation créative ne connaîtrait pas non plus de frontière géographique. Deuxièmement, l'organisation créative ferait preuve d'une capacité d'*inclusion* du public et des acteurs tiers dans les activités de production et de diffusion. Elle saurait alors « partir des usages » et répondre à un besoin, à une demande. Enfin, l'organisation créative idéale-typique construirait sa capacité financière en combinant divers outils commerciaux, en proposant des *business models* « diversifiés et hybrides ».

La logique qui vise à institutionnaliser cet idéal de la créativité à travers le programme *Creative Europe* dénote ainsi d'un triple déplacement de points de vue. Premièrement, c'est le point de vue sur *le rôle des pouvoirs publics* qui semble être remis en question. L'État, au lieu de se cantonner au rôle de « tiroir-caisse », deviendrait un acteur stratégique « facilitant » l'investissement dans la créativité. En proposant des outils financiers et des garanties de prêt,

⁶ European Commission – Directorate-General for Education and Culture (2012), “Creative Europe program: The cultural and creative sectors guarantee facility – Frequently Asked Questions”, p. 8 & 20-21.

⁷ BRUELL Cornelia (2013), « Europe Créative 2014–2020 : un nouveau programme pour une nouvelle politique culturelle ? », Édition IFA : Culture et Politique Extérieure, Berlin.

la Commission européenne, prendrait la responsabilité, non plus de subventionner la culture, mais d'encourager la « capacité » d'autofinancement de ce secteur.

Par conséquent, c'est également *la position de l'organisation culturelle et artistique* qui paraît se déplacer avec la créativité : celle-ci doit apprivoiser l'*ethos* de l'investisseur et apprendre à s'adresser à lui. Le programme est destiné à un entrepreneur capable financièrement, proposant un *business model* compétitif et un projet répondant aux objectifs stratégiques de la Commission ; capable également d'intégrer davantage les innovations technologiques et les atouts d'autres secteurs.

Enfin, la Commission et les entités sous-jacentes encouragent, à travers la créativité, à observer différemment *l'objet même de la création*. Avec l'arrivée du programme *Creative Europe*, l'ensemble des mesures et des types de financements se focalisent davantage sur les étapes de distribution plutôt que sur les étapes de production, et demandent à ce que les organisations fonctionnent principalement par projets. La culture et l'art sont compris comme une ressource à insérer dans les processus d'une organisation créative, dont la fonction serait de participer à la construction d'un système économique, politique et législatif européen fédéré. Un paradigme qui a contribué plus récemment à remettre en cause la pertinence du droit d'auteur tel que nous le connaissons en France.

En proposant une recherche depuis les injonctions à la créativité et les outils de gestion, j'ai montré une analyse qui donne une place forte à la structure et finalement peu d'espace aux acteurs. La suite de mon travail de thèse aura pour objet de voir, parallèlement à la mobilisation de la créativité dans le discours et les dispositifs de l'Union Européenne, comment, dans les modalités pratiques de l'interaction, les acteurs investissent la créativité, reçoivent ces injonctions et ces outils, et donc je tenterai de comprendre quels peuvent être plus concrètement les effets d'une institutionnalisation de cet idéal créatif.

Bibliographie

BOLTANSKI Luc et CHIAPPELLO Ève, 1999, *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard, 971 p.

BOUQUILLION Philippe, 2005, « La constitution des pôles des industries de la culture et de la communication: Entre « coups » financiers et intégration de filières industrielles », *Réseaux*, 2005, vol. 131, n° 3, p. 111.

BOUQUILLION Philippe et COLLECTIF, 2012, *Creative economy, creative industries : des notions à traduire*, Saint-Denis, Presses Universitaires Vincennes, 256 p.

CALLON Michel et COLLECTIF, 2013, *Sociologie des agencements marchands : Textes choisis*, Paris, Presses de l'École des mines, 482 p.

CHIAPPELLO Eve, 2014, « Financialisation of Valuation », *Human Studies*, 9 décembre 2014, p. 1-23.

CHIAPPELLO Eve, 1998, *Artistes versus managers: le management culturel face à la critique artiste*, Paris, Métailié, 257 p.

CHIAPPELLO Eve, 1997, « Les organisations et le travail artistiques sont-ils contrôlables? », *Réseaux*, 1997, vol. 15, n° 86, p. 77-113.

CHIAPPELLO Ève et GILBERT Patrick, 2015, « « L'agence » des outils de gestion », [À paraître].

- CHIAPELLO Ève et GILBERT Patrick, 2013, *Sociologie des outils de gestion: introduction à l'analyse sociale de l'instrumentation de gestion*, Paris, La Découverte, 260 p.
- DIDIER Emmanuel et DESROSIÈRES Alain, 2014, *Prouver et gouverner*, Paris, La Découverte, 284 p.
- DUBOIS Vincent, 2000, *La politique culturelle. Genèse d'une catégorie d'intervention publique*, Paris, Belin, 381 p.
- DUBOIS Vincent, BASTIEN Clément, FREYERMUTH Audrey et MATZ Kévin, 2012, *Le politique, l'artiste et le gestionnaire: (Re)configurations locales et (dé)politisation de la culture*, Bellecombe-en-Bauges, Editions du Croquant, 274 p.
- HEINICH Nathalie, 1998, *Ce que l'art fait à la sociologie*, Paris, Editions de Minuit, 90 p.
- JULLIEN Bernard et SMITH Andy, 2008, « L'Union Européenne et la régulation des industries: vers une sociologie politique de l'économie », *Politique européenne*, 2008, n° 2, p. 137-159.
- MIEGE Bernard, MOEGLIN Pierre et BOUQUILLION Philippe, 2013, *L'industrialisation des biens symboliques: Les industries créatives en regard des industries culturelles*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, 252 p.
- RICOEUR Paul, 2005, *L'idéologie et l'utopie*, Paris, Seuil, 410 p.
- SAEZ Guy et SAEZ Jean-Pierre, 2012, *Les nouveaux enjeux des politiques culturelles*, Paris; Grenoble, La Découverte, 398 p.
- SCHLESINGER Philip, 2007, « Creativity: from discourse to doctrine? », *Screen*, 21 septembre 2007, vol. 48, n° 3, p. 377-387.