

Les modes de reconnaissance des artistes ordinaires

On évoque parfois la carrière fulgurante d'artistes qui, très jeunes, connaissent une notoriété internationale et dont la moindre apparition fait la une des médias. Mais de telles réussites constituent l'exception. Pour une très large majorité, et quelle que soit la discipline abordée, la reconnaissance publique atteint des proportions beaucoup plus modestes. Comment se manifeste-t-elle ? À quelles attentes correspond-elle ? Une enquête menée auprès de membres de l'Association professionnelle des métiers de la création asbl (APMC) permet d'y voir plus clair. Et met en lumière les valeurs humaines qui motivent particulièrement ces créateurs de l'ombre.

Les analyses statistiques réalisées par le Bureau d'études de l'APMC se fondent sur la base de données interne de SMartBe. L'une porte ainsi sur près de 11.000 membres par rapport à leur utilisation de l'outil de gestion de contrats (Dujardin et Rajabaly, 2010) et une autre s'intéresse aux 6.230 projets implantés au sein de SMartBe et utilisés par plus de 12.000 membres via l'outil de gestion d'Activités (Dujardin et Rajabaly, 2012). Cet outil permet aux intermittents des métiers de la création de gérer et produire leurs projets en toute autonomie. Par ailleurs, une enquête en ligne a été menée auprès des usagers de cet outil et a fourni des informations plus précises sur la situation socio-économique et les conditions de travail de 1.308 d'entre eux. En complément, des interviews individuelles ont été menées auprès de vingt de ces acteurs.

Les membres de SMartBe sont en grande majorité des « artistes ordinaires » (terme emprunté à Marc Perrenoud), qui « se situent sur les degrés les plus bas de la pyramide professionnelle ou [qui] s'élèvent un peu » (Perrenoud, 2011, p. 322).

QUI SONT LES ARTISTES ORDINAIRES?

D'un point de vue démographique, les artistes ordinaires travaillant via SMartBe représentent une population particulière à plusieurs niveaux (Dujardin et Rajabaly, 2010). D'une part, du fait notamment d'une implantation de l'association historiquement plus importante en Wallonie et à Bruxelles, les membres sont très majoritairement des francophones (86%), y compris en Région bruxelloise. D'autre part, les membres de SMartBe constituent une population particulièrement jeune (d'un âge moyen de 33 ans) et masculine (environ 6 membres sur 10 sont des hommes).

Les deux-tiers d'entre eux déclarent exercer principalement une fonction de création ou d'interprétation artistique, surtout dans les arts plastiques et graphiques, la musique et les arts du spectacle. Un quart des membres a soit une fonction technique réalisée dans le cadre d'une discipline artistique (technicien du son par exemple), soit une fonction liée à l'artistique (producteur, animateur d'atelier d'arts plastiques, etc.). Parmi les membres de l'association, une minorité (10%) exerce à titre principal une fonction non-artistique. Ces membres exercent toutefois une activité artistique annexe ou occupent une fonction qui partage des similitudes importantes avec les métiers de la

création comme le journalisme, la communication, ou les métiers du web, de la formation et de l'événementiel.

En moyenne, ces artistes ont 30 jours¹ de prestations rémunérées par année dont ils retirent des revenus annuels faibles, de l'ordre de 3.000€ bruts. Ces moyennes doivent toutefois être nuancées en fonction notamment de la fonction principale, de l'âge et du sexe (Dujardin et Rajabaly, 2010). Les montants de ces prestations constituent rarement l'unique source de revenus des artistes. D'après notre enquête, une majorité des artistes sondés (soit 56%) perçoit également des allocations de chômage ; un cinquième occupe parallèlement un emploi salarié (à temps partiel ou complet) qui n'a pas forcément lieu dans le même secteur que l'activité artistique ; enfin, de nombreux artistes peuvent aussi compter sur le soutien financier de leur conjoint ou de leur famille. Malgré cette multi-activité et cette diversification de ressources financières, près de deux-tiers des membres interrogés affirment que leur activité artistique constitue bel et bien leur occupation principale en termes d'investissement en temps (Dujardin et Rajabaly, 2012).

Par ailleurs, ces activités artistiques se développent sur un territoire géographique relativement restreint. En effet, un tiers d'entre elles se développe essentiellement à un niveau local ou régional, 15% au niveau de leur communauté linguistique et un quart sur l'ensemble du territoire belge. Au total, un peu moins d'une activité artistique sur trois s'étend au niveau international. Cela ne signifie pas pour autant que ces artistes jouissent d'une renommée internationale, mais bien que la diffusion de leur activité se déploie au niveau international.

Enfin, la plupart de ces artistes endossent eux-mêmes les différentes fonctions nécessaires au développement de leurs projets, telles que la communication, la diffusion ou le management. Ainsi, les trois-quarts de ces artistes ne font jamais ou rarement appel à des intermédiaires professionnels, tels que des agents, des producteurs ou des galeristes.

En s'inspirant des « musicos », les musiciens ordinaires de M. Perrenoud (2007), nous pouvons distinguer deux types d'artistes ordinaires selon leur place dans la pyramide professionnelle. D'une part, ceux, nombreux, qui se situent au bas de celle-ci, travaillant souvent de manière isolée et sur un territoire local et qui perçoivent de leurs activités artistiques des revenus faibles. Et d'autre part, les artistes qui se sont un peu élevés dans la hiérarchie professionnelle, qui font appel à des intermédiaires pour le développement de leurs projets, sont intégrés dans des réseaux assez développés et, du fait de revenus suffisants, peuvent entreprendre des projets d'une plus grande ampleur. Cette distinction n'est toutefois pas figée une fois pour toutes. Au contraire, les artistes ordinaires peuvent évoluer d'une catégorie à l'autre au fil de leur parcours professionnel au cours duquel ils connaissent des hauts et des bas. Il arrive notamment que certains artistes percent à une étape de leur carrière mais connaissent ensuite une période creuse et ne parviennent pas à se maintenir, sur le long terme, au niveau plus élevé dans la hiérarchie professionnelle. D'autres ne s'élèvent jamais dans cette pyramide et demeurent au bas de l'échelle, voire, dans certains cas, sont contraints de quitter le secteur ou de se recycler.

Du fait de ces réalités socio-économiques, les aspirations des artistes ordinaires en matière de reconnaissance ne peuvent être comparées à celles des artistes, très peu nombreux, qui ont atteint les degrés supérieurs de la pyramide professionnelle, qui vivent largement de leur art et qui n'ont dès lors plus rien d'ordinaire (Perrenoud, 2011 ; Menger, 2009).

¹ Des variations importantes apparaissent selon le secteur d'activité : de 19 jours par an pour un musicien, à 32 jours dans la création audiovisuelle et 43 jours pour un technicien du son.

Reconnaissance n'est pas synonyme de notoriété

Contrairement aux idées reçues, les mots « réussite » et « succès » ne font pas partie du langage courant des artistes ordinaires que nous avons rencontrés et ils ne constituent pas forcément une fin en soi. Les projets qui rencontrent un succès médiatique ou commercial ne sont pas forcément ceux dont ils retirent le plus de satisfaction. De même, ces artistes ne se retrouvent pas nécessairement dans des projets de grande envergure.

« Dans les gros projets, je me retrouve tellement dans des parties détournées du projet que je ne fais pas partie de l'image générale. C'est peut-être pour ça que je fais beaucoup de petits projets que j'arrive à maîtriser du début à la fin, et qui n'ont pas un potentiel énorme ou quelque chose qui dégage une aura incroyable. C'est beaucoup plus modeste. » (Animateur 3D).

Par ailleurs, ces artistes placent rarement la reconnaissance à un niveau esthétique : ils attribuent peu la reconnaissance au fait d'être « considérés [par ceux qui ont autorité en la matière] comme un artiste valable, important, voire marquant, susceptible peut-être d'influencer ses successeurs, d'ouvrir de nouvelles voies à la création, de modifier même le cours de l'histoire de l'art » (Heinich, 1996, p. 68). Au contraire, les critères de leur reconnaissance sont plutôt extérieurs à leur art, comme nous le verrons.

Cela étant, obtenir une reconnaissance est importante pour les artistes ordinaires. Elle serait le moteur de leur travail. Ainsi, ils privilégient davantage l'aspect humain ou social de leur travail où il y a un réel échange avec leur public. Par exemple, travailler avec des personnes en difficulté et partager un moment fort avec elles nourrit ainsi cette cheffe de chœur.

« Ce qui me touche beaucoup plus, c'est quand j'ai chanté dans un centre d'hébergement où les spectateurs à la fin dansaient avec nous. Pour moi, ça, c'est plus fort. Les gens reconnaissent que c'est un moment important dans leur vie. C'est plus riche, je pense, qu'un article dans le journal. Il y a toujours des petits moments comme ça, des réflexions des gens. Et moi, c'est ça qui me nourrit. Ça stimule. »

Il apparaît aussi que les artistes ordinaires recherchent avant tout l'estime des acteurs de leur champ artistique. Ils ne recherchent pas forcément la notoriété, que Martin (2005) définit comme une forme de renommée élargie et cosmopolite, qui se mesure par la reconnaissance par le grand public. Les artistes ordinaires peuvent être reconnus dans leur secteur, mais leur réputation n'est pas notoire.

La reconnaissance des artistes ordinaires se mesure d'abord à un niveau personnel : il s'agit du sentiment de satisfaction, voire de fierté, que ceux-ci peuvent éprouver à propos de leur travail. Le regard porté sur soi est très important.

« C'est un peu le tempérament d'un artiste, de toujours se regarder le nombril et de se dire "est-ce que ce que je fais est bien ?" » (Graphiste).

La satisfaction peut provenir de différents éléments. D'une part, travailler à des projets dont le résultat contente à la fois l'artiste et son public ou son client.

« Dans les écoles, le CD marche quand même bien... Nos chansons sont reprises dans des fêtes scolaires, parfois dans les familles aussi. C'est vraiment agréable d'avoir un retour, que les chansons soient utilisées, qu'elles continuent à vivre et que les gens se les approprient. » (Auteure-compositrice-interprète de chansons jeune public).

D'autre part, cette satisfaction peut provenir de la réalisation des projets personnels où l'artiste peut expérimenter de nouvelles idées et laisser libre cours à son inventivité. Ou encore de la participation à des projets avec un intérêt artistique ou nécessitant une recherche créative importante. Ces éléments renvoient à la valeur positive attribuée au travail artistique, qui est source d'épanouissement et de plaisir (contrairement au travail « classique ») car faisant davantage appel à la créativité et à l'expression de soi (Menger, 2011).

« L'idée est vraiment de montrer ce que moi j'ai envie de faire, ce que j'ai dans les tripes, c'est un projet qui me tient plus à cœur, vu qu'il n'y a pas de compromis. » (Plasticienne).

La reconnaissance est donc liée à l'identité des artistes, tel le fait de se sentir et de se dire artiste (Heinich, 2000). Il importe aussi d'être reconnu comme artiste par autrui, c'est-à-dire d'être dit artiste, que ce soit par les pairs, les clients ou commanditaires, les instances de légitimation ou encore le public.

« C'était une commande de photo pour une entreprise. Ils voulaient faire un portrait de tous les dirigeants, en guise de cadeau de fin d'année. Ces gens m'ont vraiment respecté, il n'y a eu aucune discussion sur le prix. À mon arrivée, ils ont dit "Ah, l'artiste est là !", ce fut le point culminant. » (Photographe)

Le désir d'être visible

La reconnaissance s'acquiert ainsi au travers de l'appréciation, par le champ professionnel, des différents projets auxquels les artistes prennent part, comme nous le verrons par la suite. Pour augmenter leurs chances d'être reconnu et de se distinguer de leurs pairs, les artistes ordinaires tentent de se rendre visibles, voire de se faire un nom. Affirmer sa singularité est notamment possible pour ceux qui sont parvenus à s'élever un peu dans la pyramide (Heinich, 2000), comme c'est le cas de ce technicien :

« Le secteur spécifique pour lequel on peut m'appeler, c'est la prise de son documentaire dans des pays lointains où il faut partir longtemps, être dans la nature et où parler l'espagnol peut être un plus. C'est très spécifique comme profil. » (Ingénieur du son).

La réputation se construit ainsi progressivement, à mesure que l'artiste définit son identité. Les artistes font valoir un savoir-faire particulier, investissent un créneau, cherchent la nouveauté... dans l'optique de mettre leur griffe et d'être reconnus pour leur marque de fabrique.

Si les artistes ordinaires ne recherchent pas la notoriété à tout prix, l'absence ou le manque de reconnaissance peut néanmoins être à l'origine de désillusions et fait naître chez certains un sentiment de frustration ou de découragement. D'autres, amers par rapport à leur parcours, espèrent encore réaliser un projet dont ils seront fiers et qui leur donnera la visibilité tant attendue.

« J'y crois de moins en moins dans les retours, parce que je me suis souvent ramassé. Franchement, il n'y a pas de pic vraiment incroyable dans tout ce que j'ai pu faire, c'est toujours en dents de scie. Je suis en tout cas à la recherche de quelque chose qui me mette plus en valeur, c'est peut-être un peu prétentieux de dire ça, mais d'avoir quelque chose dont je pourrais parler avec fierté. Mais non, il n'y a pas vraiment ça en fait. » (Animateur 3D).

Vouloir être visible à tout prix présente pourtant le risque de dénaturer son travail (Proust, 2009) et de faire obstacle à la reconnaissance par ses pairs ou son champ professionnel. C'est surtout le cas des artistes en début de carrière, qui, à force d'accepter des projets ponctuels, font trop de compromis et se construisent un parcours non linéaire et peu cohérent sur le long terme (Martin, 2005).

« Je suis vraiment en train de me recentrer et d'essayer de ne plus trop accepter les projets qui ne me lancent pas, des petits travaux qui m'écartent à chaque fois de mon travail. C'est exactement comme ça que j'ai perdu du temps cette dernière année. On ne peut pas faire tout ce qu'on veut, il y a toujours à un moment une espèce de compromis à faire, mais là je me suis dit que c'était un trop gros compromis, et des compromis comme ça, je ne veux plus en faire parce que finalement, c'est un peu se saboter soi-même. » (Plasticienne).

LES ÉPREUVES DE QUALIFICATION VERS LA RECONNAISSANCE

La reconnaissance permet progressivement aux artistes ordinaires de s'ancrer dans leur secteur sur du long terme et de réduire l'incertitude liée aux relations discontinues d'emploi. Les artistes ordinaires n'identifient pas forcément dans leur parcours un projet qui se démarque en particulier. C'est plutôt l'ensemble des projets professionnels qui les mène vers la reconnaissance.

« Je crois que toutes mes activités m'apportent beaucoup de choses, ça forge l'expérience... Je n'ai pas reçu de prix et je ne suis pas beaucoup passé dans les médias ou pas plus pour un projet que pour un autre... » (Artiste de cirque)

Il s'agit pour les artistes ordinaires de démontrer la valeur de leur travail, à travers une succession d'épreuves de qualification auxquelles ils sont confrontés tout au long de leur parcours. La réputation des artistes dépend des projets antérieurs auxquels ils ont pris part ; ces projets vont servir de base pour juger la qualité de leur travail et les évaluer eux-mêmes en tant qu'artistes. (Martin, 2005). Se confronter à différentes épreuves permet ainsi peu à peu de s'élever dans la hiérarchie professionnelle, à condition toutefois que l'évaluation soit positive.

Ces épreuves de qualification sont comparables à des points de passage obligés vers une reconnaissance accrue. Il s'agit d'étapes essentielles dans la carrière d'un artiste. Peu d'artistes les empruntent toutes mais il est rare qu'ils en négligent plus d'une ou deux (Brahya, Fraiture et Megherbi, 2010). Nous les avons résumées en quatre points principaux : l'insertion dans des réseaux, la satisfaction des clients, la qualité des projets et enfin, la reconnaissance par des instances de légitimation.

L'appartenance à des réseaux

Un réseau *« constitue une structure relativement stable de relations formelles et informelles. Il est traversé à la fois par des pratiques institutionnelles et par des pratiques qui ne s'inscrivent pas dans des relations statutaires. Il définit un ensemble de contraintes et de ressources pour l'artiste. (...) Le réseau joue un rôle central dans la carrière, il organise la profession et offre une légitimité à l'artiste par l'action combinée de ses membres et par leur qualité reconnue d'experts »* (Liot., 2004, pp. 179-180).

L'insertion dans des réseaux constitue dès lors un mode d'accès incontournable à la reconnaissance dans le milieu artistique. La réputation acquise par le jeu des recommandations apporte une sorte de garantie quant aux compétences des artistes ordinaires, étant donné qu'il n'y a pas de procédures de sélection et d'embauche telles qu'elles sont pratiquées habituellement sur le marché du travail salarié, et que le diplôme, en particulier, joue un rôle moins déterminant que dans d'autres secteurs professionnels (Menger, 2005). L'appartenance à des réseaux paraît donc indispensable pour augmenter la visibilité des artistes et leur donne accès à des opportunités d'engagements et de collaborations sur divers projets.

Chaque artiste, selon sa place dans la hiérarchie, est confronté à des épreuves de niveaux différents. Ainsi, les artistes ordinaires s'insèrent dans des réseaux essentiellement locaux, constitués de pairs.

« Mes projets restent à un niveau fort local, et non à un niveau national ou international. J'ai une reconnaissance des gens que je connais, qui ont vu mes projets et qui les apprécient. Ça s'arrête là en fait. » (Animateur 3D).

Selon Liot (2004), la reconnaissance des pairs est importante aux yeux des artistes car elle se substitue à la réussite économique au sens strict. De plus, ce réseau constitue un groupe immédiat de référence et de soutien pour les artistes, en dehors de la concurrence du marché. Sa portée se limite toutefois à la région dans laquelle les artistes mènent leurs activités. Dans certains cas, le réseau local peut servir de tremplin vers d'autres réseaux plus porteurs dans la sphère marchande ou institutionnelle. Toujours d'après cette auteure, le réseau marchand est plus sélectif et se compose des intermédiaires des artistes sur le marché de l'art, comme des galeries privées, des éditeurs ou encore des managers. Il se fonde sur un accompagnement des artistes (généralement ceux qui se sont un peu élevés dans la pyramide) et participe au développement progressif de leur notoriété et d'une réussite commerciale. Le réseau institutionnel, quant à lui, recouvre principalement les interventions publiques au travers des commandes et achats publics ainsi que des aides financières à la création, à la diffusion, etc. Il permet aux artistes de se dégager des contraintes du marché. Ce réseau donne en outre une chance à certains jeunes artistes et apporte une grande légitimité à ceux qui en font partie.

Pour entretenir son réseau, il importe de rester visible. Certains artistes acceptent ainsi de participer à des projets peu rémunérés pour faire leur promotion et augmenter leur visibilité.

« Au début, on a fait des sites vraiment pas chers pour montrer ce qu'on savait faire parce qu'on était obligé, on n'avait pas de book derrière nous, on n'a pas fait des études de webdesigner, on n'avait rien derrière nous à part des vidéos. Ça permet de faire un peu notre pub et d'être connu. » (Infographistes)

Cependant, dans la mesure où la reconnaissance s'obtient en grande partie par le bouche-à-oreille au sein des réseaux, s'élever dans la hiérarchie professionnelle n'est jamais un fait acquis une fois pour toutes. Chaque médaille a son revers, comme l'exprime ce professionnel du maquillage et des effets spéciaux :

« Dans le milieu artistique, on s'élève grâce au bouche-à-oreille et on se fait détrôner par le bouche-à-oreille ».

La satisfaction des clients

La reconnaissance peut également venir de la satisfaction du client ou du commanditaire. Pour répondre correctement aux commandes, les artistes doivent offrir un gage de qualité par rapport à leurs réalisations.

« Si on me choisit pour un projet, c'est que je vais pouvoir y apporter mes compétences. Ce que j'offre, je peux techniquement le faire de façon efficace. Je réfléchis toujours pour savoir si je peux réaliser correctement la commande techniquement. Si ce n'est pas le cas, je recommande quelqu'un d'autre. Je dois aussi avoir le matériel adéquat pour le faire. Ça aussi, ça vous apporte de la crédibilité. Pourtant, vous en avez beaucoup qui disent "je peux tout faire". » (Photographe).

La satisfaction des clients revêt donc une importance capitale, puisqu'elle atteste de la qualité du travail de l'artiste et qu'un commanditaire satisfait en appelle un autre, à nouveau via le bouche-à-oreille. Les artistes peuvent ainsi se constituer un « noyau dur » de clients avec lesquels ils entretiennent des relations durables et récurrentes et qui feront appel à eux en priorité (Pilmis, 2007). En parallèle, ils peuvent aussi étoffer progressivement leur carnet d'adresses et dès lors, augmenter leurs opportunités de travail. Ce travail s'inscrit dans la durée et exige beaucoup de temps.

« C'est un peu «le lièvre et la tortue». Je préfère être la tortue : petit à petit faire les choses et petit à petit, faire grossir mon portefeuille de clients même si c'est très lentement parce que, définitivement, le travail qui sort est un travail de qualité, le client est satisfait et il sent que je suis concernée par ce qu'il veut. » (Graphiste).

La reconnaissance par les clients s'exprime aussi par le fait que ces derniers contactent eux-mêmes les artistes et leur passent directement une commande.

« Le fait qu'il y ait des demandes, qu'on vienne me chercher pour un stage, pour une animation, le fait que ce ne soit pas moi qui aille chercher les clients, mais eux qui viennent, ça c'est quand-même une reconnaissance. » (Cheffe de chœur).

La qualité des projets

La réputation des artistes se mesure également à la quantité de collaborations réussies et à la qualité des projets auxquels ils ont contribué. « Les personnes ne [font] plus carrière mais [passent] d'un projet à un autre, leur réussite sur un projet donné leur permettant d'accéder à d'autres projets plus intéressants. (...) Chaque projet étant par définition différent, nouveau, innovant, se présente comme une opportunité d'apprendre et d'enrichir ses compétences qui sont autant d'atouts pour trouver d'autres engagements » (Boltanski et Chiapello, 1999, p. 144).

Dans le cas suivant, c'est un projet apprécié par son client et qui a eu du succès auprès du public qui a permis à cet artiste de s'inscrire durablement dans son secteur et de s'élever un peu dans la pyramide professionnelle.

« J'ai obtenu un jour un projet plus important avec un client. Il s'agissait d'une grande exposition à Paris, que nous devons mettre en place entièrement, quasiment de A à Z. Je fus alors choisi comme directeur de production. Ce projet à Paris a été une réussite et a obtenu un très grand succès. C'est comme cela que j'ai continué à travailler, de sorte que, de fil en aiguille, mon activité est devenue de plus en plus importante. » (Concepteur d'expositions).

Des collaborations prestigieuses ou des commanditaires de renom peuvent également apporter une reconnaissance aux artistes et les aider à se hisser dans l'échelle professionnelle. Ce peut être le travail pour une institution dont le seul nom ouvre des portes.

« Le fait d'avoir travaillé au Théâtre Royal de la Monnaie, ça donne de la crédibilité je pense. La Monnaie est une maison prestigieuse. Pour quelqu'un qui vient de nulle part et qui veut créer un projet, c'est une carte de visite. » (Cheffe de chœur).

Ou le cas d'une jeune auteur-compositrice-interprète qui, occupant déjà une certaine place dans son secteur, a fait la première partie d'une artiste internationale, dans une salle bruxelloise réputée. Ce projet lui a procuré une plus grande reconnaissance dans son secteur et l'a aidée à avancer dans son parcours professionnel. Être associé à un artiste reconnu augmente ainsi sa propre visibilité et génère un flux de travail plus important.

« Ce plasticien est le plus reconnu des artistes avec qui je travaille, en tout cas dans un certain milieu. Donc c'est peut-être lui qui me donne la plus grande reconnaissance. Du fait que je travaille pour lui, il y a plein d'autres artistes contemporains qui me sollicitent et puis ça a un effet boule de neige. » (Ingénieur du son).

Le choix des collaborations n'est donc pas laissé au hasard. Les artistes ordinaires tentent, peu à peu, de s'associer à d'autres dont la réputation et l'expérience vont les aider à progresser eux-mêmes (Menger, 2011). C'est notamment le cas de cette auteure-compositrice-interprète, déjà évoquée,

qui s'impose certaines exigences dans le choix de ses collaborations. C'est ainsi qu'elle peut donner de la valeur à son travail.

« Au niveau de l'impact sur le public, c'est très important de savoir avec qui tu joues. Je crois qu'en tant qu'artiste, tu dois aller trouver ce qui va te mettre le plus en valeur. Ne pas jouer n'importe où, n'importe quoi avec un son pourri, avec une affiche qui ne te correspond pas... ».

Les artistes ordinaires mettent donc une empreinte dans leur milieu, grâce à la reconnaissance acquise au fil de leurs projets et collaborations.

Les instances de légitimation

Recevoir un prix ou une bourse équivaut à être reconnu par des instances de légitimation. C'est également une reconnaissance des pairs et du milieu dans lequel on s'inscrit. Cette légitimation institutionnelle constitue une carte de visite pour les artistes. Bénéficier d'une subvention publique, telle qu'une aide financière à la création ou à la production, représente pour les artistes ordinaires la concrétisation de différentes étapes de travail préalables, c'est la somme d'expériences accumulées d'un projet à l'autre. Cela concerne néanmoins un nombre restreint d'entre eux.

Obtenir une telle reconnaissance peut être un véritable tremplin qui aide les artistes ordinaires à progresser dans la pyramide professionnelle, comme c'est le cas de cette jeune compagnie :

« À l'origine de notre projet, il y avait un concours qui était organisé ici par la Province sur la création de chansons jeune public. On a eu le Premier Prix pour la création. Et à partir du moment où on avait ce prix-là, je ne sais pas ce qui nous a pris, on était dans un élan, on s'est dit "allez, on fonce". Et donc, on a, en un mois, monté notre premier spectacle. Ça nous a permis de participer à un festival la saison d'après et puis c'était lancé. » (Auteure-compositrice-interprète de chansons jeune public).

Cependant, il ne suffit pas d'obtenir un prix pour percer dans le milieu artistique. Cela exige aussi de travailler pour ne pas perdre cette reconnaissance acquise, sous peine d'en voir les effets bénéfiques disparaître rapidement et de recommencer à zéro. Les artistes qui se situent en bas de la pyramide professionnelle ne parviennent pas toujours à bien exploiter cette reconnaissance. Pour ces artistes, cette légitimation, décernée par une instance précise à un moment donné, ne permet pas nécessairement de se confronter à d'autres épreuves de qualification et donc de progresser dans la carrière.

« Obtenir ce prix m'a donné un petit coup de pouce. Mais je n'ai pas pu enchaîner sur d'autres expositions juste après et c'est un peu retombé comme un soufflé. J'en tire comme expérience que, quand je suis lancée, il faut vraiment que je travaille à fond après pour ne pas laisser filer l'occasion. » (Plasticienne).

L'influence des instances de légitimation est cependant inégale, les prix décernés n'ayant pas la même valeur s'ils sont attribués par une académie locale ou à la suite d'un concours national. Par ailleurs, recevoir un prix n'a pas toujours d'influence sur la situation financière de l'artiste ; les effets se font plutôt sentir indirectement, par une plus grande visibilité, et à plus long terme.

« Un des livres pour la jeunesse que j'ai réalisés a reçu le Premier Prix du meilleur album de Belgique. Ça c'est bien! J'ai reçu un Manneken-Pis en chocolat! (rires) Ce n'est pas très payant! Ce livre est paru il y a quatre ans. Mais on en parle encore. » (Plasticien).

CONCLUSION

La reconnaissance est un élément capital dans le parcours professionnel des artistes (Martin, 2005). Pour les artistes qui se situent dans le bas de la pyramide, l'objectif est avant tout de parvenir à se maintenir dans le secteur et de pouvoir poursuivre leurs activités. Ceux qui se sont un peu élevés ont parfois obtenu un prix ou eu des collaborations prestigieuses mais n'ont pas pu en tirer entièrement les bénéfices. Néanmoins, ces artistes peuvent être plus sélectifs dans le choix de leurs projets par rapport à ceux qui se situent au bas de la pyramide, peuvent faire moins de compromis et donner à leurs projets une plus grande cohérence sur le long terme.

La reconnaissance se construit progressivement, au fil des projets et des expériences ; elle n'est toutefois pas acquise une fois pour toutes. C'est un processus de longue haleine. La volonté de ces artistes ordinaires est d'affirmer leur singularité, de mettre leur patte dans leurs travaux, au mieux, de se faire un nom, sans pour autant rêver de gloire. En ce sens, ils veulent être reconnus avant tout comme artistes à part entière.

Comme on l'a développé dans cet article, dans une économie de projets, « *la réputation fondée sur les projets antérieurs est particulièrement significative, elle agit comme une quasi-rente. Chaque projet réussi augmente les chances de l'artiste d'être engagé à nouveau et améliore sa qualification. Dès lors, le niveau de carrière est partiellement induit par la capacité de l'artiste à s'intégrer à des projets réunissant d'autres artistes et professionnels réputés* » (Sagot-Duvaurox, 2011, p. 9).

Les artistes ordinaires sont ainsi amenés à provoquer des épreuves de qualification en étant eux-mêmes à l'initiative de projets (par exemple, monter une exposition ou créer son propre label), pour accumuler de l'expérience et se procurer des formes de visibilité principalement au niveau local, hors des circuits marchands ou institutionnels (Martin, 2005).

Ils se distinguent ainsi fortement des artistes, très peu nombreux, qui ont atteint les degrés supérieurs de la pyramide professionnelle, dans la mesure où ils ne recherchent pas la notoriété mais bien la satisfaction personnelle et la reconnaissance des acteurs de leur champ professionnel avant tout. Les modes d'accès à cette reconnaissance sont essentiellement basés sur les réseaux locaux (via le bouche-à-oreille notamment), les relations avec les clients ou encore les collaborations réussies. Les artistes ordinaires ont finalement rarement accès à la reconnaissance des instances de légitimation et ont peu de connexions avec les réseaux institutionnels et marchands, sauf pour certains d'entre eux qui se sont légèrement élevés dans la pyramide professionnelle.

ANNE DUJARDIN et HÉLÉNA RAJABALY
novembre 2012

SOURCES

- BOLTANSKI L. et CHIAPELLO E., *Le nouvel esprit du capitalisme*, Gallimard, Paris, 2007.
- BRAHY R., FRAITURE S. et MEGHERBI S., *L'insertion professionnelle des comédiens*, (sous la direction de ORIANNE J-F), Les éditions de l'Université de Liège, Liège, 2010.
- DE HEUSCH S., DUJARDIN A. et RAJABALY H., « *L'artiste entrepreneur, un travailleur au projet* », dans COLLECTIF (sous la direction du Bureau d'études de SMartBe), *L'artiste, un entrepreneur ?*, SMartBe/Les Impressions Nouvelles, Bruxelles, 2011, pp. 17-28.
- DUJARDIN A. et RAJABALY H., *Être intermittent dans le secteur artistique*, SMartBe, Bruxelles, 2010.
- DUJARDIN A. et RAJABALY H., *Développer ses projets artistiques, le cas des Activités SMartBe*, SMartBe, Bruxelles, 2012.
- HEINICH N., *Être artiste : les transformations du statut des peintres et des sculpteurs*, Klincksieck, Paris, 1996.
- HEINICH N., *Être écrivain. Création et identité*, La Découverte, Paris, 2000.
- LIOT F., *Le métier d'artiste*, L'Harmattan, Paris, 2004.
- MARTIN B., « La réputation dans les parcours d'insertion des jeunes artistes », Présentation au séminaire CARE, Université de Rouen, 18 mars 2005.
- MENGER P.-M., *Les intermittents du spectacle : sociologie d'une exception*, EHESS éditions, Paris, 2005
- MENGER P.-M., *Le travail créateur : s'accomplir dans l'incertain*, Gallimard /Seuil/EHESS, Paris, 2009.
- PERRENOUD M., *Les musicos. Enquête sur des musiciens ordinaires*, La Découverte, Paris, 2007.
- PERRENOUD M., « Figures du musicien entrepreneur. Quelques éléments de réflexion sur le rapport au travail des musiciens ordinaires », dans COLLECTIF (sous la direction du Bureau d'études de SMartBe), *L'artiste, un entrepreneur ?*, SMartBe/Les Impressions Nouvelles, Bruxelles, 2011, pp. 321-327.
- PILMIS O., « Des «employeurs multiples» au «noyau dur» d'employeurs : relations d'emploi et concurrence sur le marché des comédiens intermittents », *Sociologie du travail*, n°49, 2007, pp.297-315.
- SAGOT-DUVAUROUX D., « Mondes de l'art, modèles économiques et profils d'artistes », Communication au colloque « 50 ans d'action publique en matière de culture au Québec », Montréal, 4-5 avril 2011.
-