

Ne dites plus « artiste », dites « capital créatif » !

Quel que soit son domaine d'expression, qu'il soit créateur ou interprète, l'artiste contribue au renouvellement permanent de l'offre culturelle et, plus largement, de l'offre créative. Celle-ci alimente un marché de biens et services considérable, en perpétuel mouvement, selon une *rotation accélérée* des produits propre à notre société consumériste. Consciemment ou non, l'artiste (et plus largement le « créatif ») s'insère dans une chaîne de production ininterrompue de nouveaux contenus, ou de *nouvelles expériences* susceptibles de séduire des acheteurs et de générer des profits. Maillon essentiel de cette chaîne, il en est aussi, bon gré mal gré, le maillon faible.

On parle d'industries culturelles, d'industries créatives ou encore d'industries du contenu pour désigner ce secteur de l'économie fondé sur l'exploitation commerciale des talents et des créativités¹. Du mobilier IKEA au festival de Cannes, des collections H&M aux jeux vidéos Nintendo, du catalogue musical d'Universal aux millions de pages de livres, de magazines ou de journaux publiés chaque jour, ce sont d'innombrables « produits » ou « événements », générant des flux commerciaux gigantesques, qui doivent leur existence aux contributions d'artistes ou de « créatifs », prestigieux ou anonymes.

À l'échelle d'un territoire restreint comme la Wallonie, ce sont aussi quantité de « manifestations culturelles » qui rythment et structurent le vivre-ensemble des populations, tout en irriguant de manière continue la vie sociale et économique : du Festival de Chassepierre au Carnaval de Binche, de la Biennale du Design au Gaume Jazz Festival ou à la Fureur de Lire, en passant par d'innombrables événements plus confidentiels. L'argent public subventionne certaines de ces manifestations, dont les retombées dépassent largement le simple cadre « culturel ».

Même les ténors du management et de la politique recourent de plus en plus aux services de l'artiste et du « créatif ». Ils s'en inspirent pour élaborer de nouveaux modes de gestion et de décision. L'enjeu est d'intégrer les paradigmes de la Nouvelle Economie, fondée davantage sur la création et l'échange de « connaissance ». Pour rester compétitif, le règne d'Internet et des TIC² impose en effet de produire et de valoriser cette « connaissance ». D'où une floraison d'initiatives valorisant la « créativité » comme un atout et une ressource majeure, résolument « orientées R&D »³ : initiatives en plein essor tant au niveau européen (« Creative Europe ») qu'au niveau national ou régional (« Creative Wallonia »).

Bref, jamais on n'a autant célébré et appelé de ses vœux le triomphe du talent et de l'inventivité, jamais on n'a autant reconnu aux artistes et aux créatifs de tout poil le pouvoir (et même le devoir) de changer le monde...

¹ Voir notamment Anne VINCENT et Marcus WUNDERLE : *Les industries culturelles* (Dossier du CRISP, n°72, Bruxelles, décembre 2009) et *Les industries créatives* (Dossier du CRISP n°80, Bruxelles, décembre 2012).

² Technologies de l'Information et de la Communication.

³ Recherche et Développement.

CONSENSUS DE FAÇADE

Le problème est que ces « déclarations de politique générale » ne s'accompagnent pas souvent (pour ne pas dire jamais) d'une réflexion sérieuse sur les conditions de vie favorables à l'émergence de la créativité, chez l'artiste comme chez n'importe qui, — ni sur l'état actuel de ces conditions de vie. D'ailleurs, l'émergence et la fortune de la figure du « créatif » annoncent une nouvelle étape dans la récupération de « l'artiste » par le management, l'art devenant une sorte de ressource humaine ou de paramètre de compétitivité parmi d'autres.

Désormais, main dans la main, politiques et managers saluent avec enthousiasme la contribution de « La Culture » ou celle de « La Recherche » à la « création de richesse » ou de « valeur ajoutée ». Mais, qu'il s'agisse des profits d'une entreprise ou de l'économie d'un territoire, cette contribution est le plus souvent décrite dans des termes vagues et superficiels, ignorant ce qu'elle doit au travail concret des personnes qui nourrissent au quotidien les dites « Culture » ou « Recherche ».

Ainsi, rares sont, d'une part, les sources qui permettent de prendre réellement la mesure de cette contribution, de la chiffrer, de la documenter en détail... en d'autres termes de rendre *vraiment* à Van Gogh ce qui est à Van Gogh. Rares aussi sont, d'autre part, les éclairages sur la réalité des artistes, créatifs, chercheurs et autres « intellectuels précaires », pour la plupart confrontés à des conditions de travail fluctuantes, prisonniers du court terme et régulièrement au bord du décrochage social.⁴

Dès lors, derrière le joyeux et bruyant consensus de façade, célébrant l'avènement du « créatif », se dissimule une méconnaissance ou une négligence profondes et durables du quotidien de ces hommes et de ces femmes réels, en chair et en os, dont on exalte (et exploite) la créativité.

REFOULEMENT

Curieusement, les artistes eux-mêmes contribuent à cette profonde méconnaissance de leurs réalités de terrain. On peut même dire que, globalement, le monde artistique est aussi mal informé que le monde politique quant à son propre positionnement dans l'espace socio-économique. De nombreux artistes refusent obstinément de situer leur pratique (et leur statut) dans le cadre d'une collectivité composite, soumise à des rapports de force. On pourrait parler d'un véritable refoulement des enjeux économiques et sociaux de la création artistique... doublé, pour certains, d'un individualisme farouche, propre à quiconque se croit « élu », dépositaire d'un génie et d'un destin singuliers.

Conséquence : une sous-estimation criante et chronique, par de nombreux artistes, de leur propre rôle dans les flux économiques et financiers. Et paradoxe : plus un artiste se rêve libre des rapports de force qui façonnent son environnement social, économique et créatif, plus il se trouve ignorant et vulnérable dans cet environnement... pour le plus grand profit de ceux qui l'engagent à bas prix et monnaient par la suite, avec des marges confortables, les fruits de sa créativité.

SILENCE

Dans ces conditions, avec une belle unanimité, le monde politique continue de manifester sa fierté devant, par exemple, la consécration d'un cinéaste à Cannes (Joachim Lafosse, les frères Dardenne),

⁴ « La règle générale (des précaires) est celle d'une population errante et disséminée qui vend sa force de travail presque au jour le jour » (Anne et Marine RAMBACH, *Les Intellos précaires*, Fayard (Pluriel), Paris, 2001, p. 200. La condition des « intellectuels précaires » offre évidemment de nombreuses similitudes avec celle des artistes.

ou plus récemment celle du physicien François Englert, nouveau prix Nobel. Mais c'est pour mieux se faire discret, le lendemain de l'événement, lorsqu'on évoque les conditions de financement de l'art et de la recherche, le statut social des artistes et des chercheurs, ou les moyens engagés pour soutenir leurs secteurs respectifs, soumis à des pressions économiques et financières toujours plus insensées.

C'est pour mieux garder le silence aussi lorsque les artistes voient certains subsides aux opérateurs culturels rabotés ou volatilisés – mesures de crise obligent – et que simultanément, ou presque, leurs conditions d'admission aux allocations de chômage sont durcies de manière drastique par une administration (l'ONEm) se substituant au législateur⁵.

EMPLOYABILITÉ

Au final, l'artiste se trouve bien seul. D'une part, il se trouve confronté à un nouveau modèle managérial prêt à faire un large usage de son talent et de sa créativité en les rémunérant à bas prix. On attend de lui qu'il intègre ce cadre, qu'il se transforme lui-même en entrepreneur opportuniste, monnayant son talent, sa sensibilité et, pour finir, sa personne.

D'autre part, il doit composer avec un cadre politique défaillant, pris dans les rêts d'une mondialisation hors de contrôle, soumis à une logique de compétition généralisée entre continents, pays, régions, ou même entre villes (Liège et Mons, « capitales culturelles » rivales)... Cette course à la compétitivité se traduit notamment par une progressive mise sous tutelle financière des pouvoirs publics (à tous les niveaux) et par une destruction accélérée des filets de protection sociale, dans un contexte de crise systémique sans précédent⁶.

L'artiste se trouve bien seul aussi quand précisément, au nom du « renouveau d'une région », d'une « percée innovante », d'un « choc de compétitivité et d'inventivité », certains politiques se muent carrément en managers, chantres de la nouvelle Economie de la Créativité. Leurs stratégies d'investissements visionnaires sont en effet favorables à la créativité, mais c'est celle, surtout, des mastodontes des industries culturelles et créatives... ou de ceux qui rêvent de les imiter. Quant aux « créatifs », à charge pour eux d'offrir généreusement leur talent contre une poignée de contrats à durée déterminée, contre des droits d'auteur forfaitaires négociés au rabais... à moins de relever le « challenge » du statut d'indépendant précaire.

À titre d'exemple, s'agissant de ce qui attend les « créatifs » dans un tel modèle, une publication promotionnelle récente, tribune d'une Economie de la Créativité censée « *inoculer la créativité à 100 % des Wallons* » vend involontairement la mèche : les qualités des « créatifs » seraient *notamment l'interconnectivité, l'hybridation, l'ouverture à l'autre, la posture créative, la passion, la capacité et l'envie d'innover socialement, à travers des business model innovants, faire beaucoup avec peu*.⁷

« Faire beaucoup avec peu »... Tout est dit. Mélange d'argot managérial, de prose new-age et d'incitations au développement personnel (identifié dès les années '90 par les sociologues Boltanski et Chiapello⁸), le propos invite clairement le « créatif » à faire preuve d'une sorte d' « hyperflexibilité dynamique » ou d' « employabilité non revendicative à 360° », pour parodier un autre jargon contemporain.

⁵ Sur ce point précis, je me permets de renvoyer à deux articles précédents : « Artiste ou pas, M. le juge ? » (ICI) et « Artistes au chômage, que fait la justice ? » (LÀ).

⁶ Crise économique et financière, politique et sociale, environnementale : comme tout citoyen européen, l'artiste est exposé à une mutation profonde et irréversible de modes de vie que beaucoup tenaient pour définitivement acquis.

⁷ *Talk Magazine*, n°26, Novembre-Décembre 2013, pp. 25 et 29.

⁸ Luc BOLTANSKI et Eve CHIAPELLO, *Le Nouvel Esprit du Capitalisme*, Paris, Gallimard, 1999. Voir aussi mon interview d'Eve Chiapello sur ce sujet : ICI et LÀ.

SURSAUT (?)

Dans une démocratie saine et vigoureuse, ce serait pourtant bel et bien aux institutions politiques (régionales, nationales ou européennes) d'intervenir *ici et maintenant*, comme informateur et comme arbitre... et non comme singe savant d'une oligarchie marchande. Un sursaut, aussi inattendu que salvateur, pourrait jeter les bases d'une véritable refondation créatrice, non pas de la rhétorique managériale, qui saura toujours quoi dire pour justifier sa prédation, mais de la participation citoyenne au bien commun.

Alors, il ne s'agirait pas seulement de développer une attention accrue au rôle stimulant des « industries culturelles » et des « industries créatives », d'en étudier les impacts concrets sur le dynamisme des économies et l'attractivité des territoires⁹... Il s'agirait aussi d'interroger le fonctionnement actuel de ces industries et leurs effets sur le bien-être des citoyens, qu'ils soient consommateurs ou acteurs du « processus créatif » auxquels on veut les convertir.

Cela exigerait notamment une meilleure prise en compte des besoins des personnes (entre autres, les artistes) censées « mobiliser leur créativité ». Il deviendrait impossible d'éluder plus longtemps la question du statut et de la protection sociale de ces personnes. Enfin, et surtout, cela supposerait une réflexion de fond sur la répartition et/ou la redistribution des « fruits de la créativité ».

Un tel sursaut s'avère d'autant plus nécessaire qu'il est urgent aujourd'hui, s'agissant des artistes et de tous les créateurs de contenus, de prendre en compte les mutations radicales des modes de production, de diffusions et de consommations des produits culturels... et de légiférer sur ces matières, à l'échelle nationale comme à l'échelle européenne.

En effet, les nouvelles technologies numériques n'ont pas seulement changé la vie des consommateurs privilégiés que nous sommes. Elles ont modifié en profondeur le rapport de force entre « créateurs de contenus » et « distributeurs de contenus », livrant un nombre croissant d'artistes aux bons soins d'intermédiaires peu soucieux de répartir équitablement les bénéfices. Elles ont en outre marginalisé encore un peu plus le rôle des pouvoirs publics à tous les niveaux de la production et de la diffusion des biens et services culturels.¹⁰

CONCLUSION : L'ARTISTE, NOUVELLE MATIÈRE PREMIÈRE ?

Un tel sursaut est-il (encore) possible ? Il faudrait une volonté politique ferme et résolue, qui a fait défaut jusqu'ici. Depuis des décennies, cédant aux injonctions du « laisser-faire », les institutions publiques ont permis à des multinationales de plus en plus colossales d'asseoir leur domination et de concentrer leurs activités, dans les secteurs « culturels » ou « créatifs » comme dans tous les autres. Difficile d'inverser ce rapport de force en peu de temps, pour forger un nouveau cadre législatif, a fortiori dans un contexte de crise systémique...

L'enjeu, pourtant, est considérable. Si l'on en croit les nouveaux idéologues, travestis en experts de la prospective, l'industrie de la « créativité » serait au 21^e siècle ce que l'industrie du pétrole a été au 20^e : un formidable vecteur d'innovations, alimenté par une ressource bon marché, disponible en quantité astronomique... Soit. Mais s'agira-t-il de piller les « stocks de créativité » comme on vide aujourd'hui les (dernières) réserves d'hydrocarbures ?

⁹ Travail entrepris notamment par le Parlement Européen, aboutissant au rapport : « Promouvoir les secteurs créatifs et culturels européens comme sources de croissance économique et d'emploi » (2012).

¹⁰ Cette problématique constituerait à elle seule la matière d'un autre article. Voir notamment Anne VINCENT & Marcus WUNDERLE, *Les Industries culturelles*, CRISP, Dossier n°72, Bruxelles, décembre 2009.

Désormais, s'agira-t-il d'exploiter le « capital créatif » des uns et des autres, de manière à générer rapidement des profits exponentiels pour d'incontournables et gigantesques « distributeurs de contenus »¹¹ ? S'agira-t-il de voir définitivement en l'artiste (et en chaque être humain) un cerveau et un cœur « créatifs » qu'on peut presser comme une orange, pour faire mariner dans leur jus de nouveaux consommateurs captifs ? Est-ce cela qu'on appellera, qu'on appelle créer ?

STEVE BOTTACIN
Décembre 2013

SOURCES ET RESSOURCES

Anne VINCENT et Marcus WUNDERLE, *Les industries culturelles*, CRISP, Dossier n°72, Bruxelles, décembre 2009.

Anne VINCENT et Marcus WUNDERLE, *Les industries créatives*, CRISP, Dossier n°80, Bruxelles, décembre 2012.

Anne et Marine RAMBACH, *Les Intellos précaires*, Paris, Fayard (Pluriel), 2001.

Luc BOLTANSKI et Eve CHIAPELLO, *Le Nouvel Esprit du Capitalisme*, Paris, Gallimard, 1999.

Jean-Baptiste MALET, « Amazon, l'envers de l'écran », *Le Monde Diplomatique*, novembre 2013.

[CreationFleuve](#) et [Radiostatut](#), blogs d'interviews, ArteRadio

Les [Publications](#) de l'Association Professionnelle des Métiers de la Création (SmartBe)

¹¹ Voir l'édifiant dossier « Amazon, l'envers de l'écran », dans *Le Monde Diplomatique*, novembre 2013.