



Le nouveau site web de L'Echo n'est pas optimisé pour être utilisé avec les anciennes versions de votre navigateur web. Les versions plus récentes sont plus rapides, offrent une meilleure expérience d'utilisateur et sont gratuits. Plus d'infos

Un incubateur artistique

30 juillet 2012 10:41

Muriel de Crayencour

SMart est une association professionnelle d'artistes. Objectif: gérer la complexité.

Un sculpteur crée une œuvre, la coule en bronze, puis seulement, la met en vente... et cela sans garantie de résultat. Comment fait-il pour assurer son quotidien durant ces mois de préparation? Pour lui, impossible d'avoir un "simple" statut d'indépendant.

Un musicien ou un acteur est engagé pour un concert ou un spectacle. Comment peut-il facturer sa prestation, sachant qu'elle est ponctuelle?

SMart est une association professionnelle d'artistes qui a vu le jour il y a 14 ans. L'initiative répondait alors à une demande bien précise: aider les artistes à obtenir et à gérer des contrats pour leurs prestations. L'ASBL a connu une croissance soutenue du nombre de membres, elle a étendu la palette de services fournis et essaime maintenant à l'étranger.

L'intermittence, cette réalité si particulière des artistes, est résolue la plupart du temps par ceux-ci grâce à un autre travail qui "fait bouillir la marmite". Et parfois, avec l'aide d'un "statut d'artiste", qui permet d'émarger au chômage durant les périodes sans contrat. Sur les 45.000 membres de SMart, seulement 9.000 membres pointent au chômage.

Il n'y a aucun argent public, nous prélevons 6,5% sur tous les montants qu'on nous fait facturer. Il reste donc 93,5% pour l'artiste.

Julek Jurowicz,

Créateur et directeur de Smart

Julek Jurowicz, le créateur et directeur de SMart explique: "Nous avons vite découvert que la réalité est plus complexe que simplement une prestation, un artiste, un donneur d'ordre. Par exemple: une troupe, engagée pour un spectacle, doit éclater une facture pour payer les différentes personnes et les coûts de production. Nous avons alors créé un service de gestion administrative d'activités, qui a eu tout de suite un succès foudroyant. En 2011, nous avons facturé 110 millions d'euros dont 45 millions pour la gestion administrative d'activités. Ce pourcentage continue d'augmenter parce que cet outil correspond le plus aux besoins des artistes. Notre étude "Développer ses projets artistiques: le cas des activités de SMartBe" fait le point sur l'intérêt de ce service."

Vous avez développé d'autres outils?

Oui, notamment un service financier: nous servons de banque pour artistes. Ceux-ci n'ont guère accès aux prêts bancaires.

Nous leur proposons du matériel en leasing (micro, ordinateur, violoncelle...).

Nous pré finançons des subsides: quand des subsides sont accordés, ils mettent un certain temps à être liquidés, nous proposons une sorte de "crédit pont".

Nous avons d'autres services. Par exemple, des vans de tournée, qui sont loués moins cher que le marché et qui sont adaptés au besoin des musiciens. Notre particularité, c'est que nos services ne doivent pas rapporter. C'est sans but lucratif et donc nous pouvons offrir des tarifs moins chers.

Il y a aussi un service d'aide juridique, une palette d'assurances spécifiques négociées avec un assureur, des formations... Dans nos locaux, nous mettons à disposition 900 m² pour des ateliers d'artistes à prix très

bas, les prix couvrant uniquement les charges. À t de la proposition, les ateliers ont été loués en une nuit! Depuis, il y a une file d'attente.

C'est une autre réalité des artistes, cette difficulté à trouver des locaux pour travailler?

Oui, c'est pour cela qu'un de nos nouveaux projets est de créer des pôles d'entreprises culturelles: des locaux disponibles pour les acteurs, artistes intermittents, pour la production audiovisuelle, qui peuvent être loués le temps d'un projet. Cela se fera avec notre propre immobilier mais aussi en partenariat avec des privés et les autorités publiques.

Comment cernez-vous les besoins des artistes?

Nous réalisons, en continu, des études socio-économiques de notre propre activité, pour ne pas être aveugle sur ce que nous faisons, pour être à l'écoute des besoins des membres, être réactifs par rapport aux éventuels changements législatifs et pour pouvoir élaborer des outils et des solutions. Ma seule crainte vient du fait que les besoins évoluent très vite. Nous n'avons pas le droit de nous calcifier. Il faut anticiper, voir les besoins de demain.

Qu'en est-il du développement international de SMart?

En 2006, en France, lors d'un festival de spectacle vivant à Nantes, nous avons rencontré des gens désireux de développer le concept, avec une palette de services adaptés aux besoins des artistes français et aux services et réalités juridiques du pays. SMart France fonctionne depuis deux ans. Nous portons aussi le projet au niveau européen.

Quelle est la structure de l'association aujourd'hui?

En 2008, pour plus de transparence envers les administrations, nous avons été amenés à nous redéployer. Nous avons créé autant de structures que de services, sous une fondation SMart qui chapeaute le tout. Une association professionnelle contrôle le chapeau, agit comme un organe d'équilibrage entre les activités et les finances.

Comment fonctionnez-vous financièrement?

Il n'y a aucun argent public, nous prélevons 6,5% sur tous les montants qu'on nous fait facturer. Il reste donc 93,5% pour l'artiste. Ces 6,5% servent à payer les salaires, les bâtiments, l'informatique. Nous employons 150 équivalents temps plein, sur toute la Belgique. Les salaires sont connus de tous et il y a peu d'écart entre le salaire de base et celui du sommet. Il s'agit d'économie sociale, sans but lucratif. Il n'y a aucun actionnaire rémunéré. Les excédents sont dédiés à la croissance, au développement des outils, aux bourses et à la collection SMart.

Comment est née l'idée de cette collection?

Du constat que les plasticiens sont les artistes les plus difficiles à aider. Le plasticien est vraiment le mal-aimé des services publics, sauf pour faire du prestige. Il est extrêmement isolé et rencontre des difficultés spécifiques. La collection permet d'aider ceux-ci, en leur achetant des œuvres avec une partie des marges réalisées par SMart.

Nous constituons une collection de dimension internationale, sur le thème du portrait d'artiste, dans des disciplines multiples: photo, vidéo, peinture, sculpture, illustration, BD... La collection est transversale et multisectorielle. Les œuvres sont exposées au siège bruxellois de SMart. On y trouve, entre autres artistes belges, Marie-Jo Lafontaine, Jacques Lennep, Johan Muyle, Jacques Charlier, Emilio Lopez-Menchero, Stéphane Balleux, Hélène Amouzou, Fred Bervoets,... La collection compte à ce jour 65 œuvres de 42 artistes différents.

Comment sélectionnez-vous les artistes?

Il n'y a pas de filtre au niveau de l'acceptation des membres SMart, nous ne cherchons pas à savoir s'il s'agit d'un vrai ou d'un faux artiste, s'il est pro ou pas, bon ou mauvais. Mais nous avons un comité de sélection pour les bourses et la collection. Le budget alloué à l'achat d'œuvres est de 100.000 euros par an.

Vous avez des adversaires?

Oui! D'une part les boîtes d'intérim, qui nous reprochent d'empiéter sur leur marché, et, d'autre part, les

représentants syndicaux des artistes du spectacle disent que notre activité contribue à détériorer les conditions de travail des artistes salariés. En réalité, nos outils offrent à nos membres une alternative au travail en noir.

Il y a aussi un grand fantasme des non-artistes: le fric. Un groupe musical qui tourne beaucoup, par exemple, on croit qu'il gagne beaucoup d'argent. C'est rarement le cas. Une autre fausse idée qui court est que l'artiste est "bordélique", qu'il ne sait pas gérer des affaires, qu'il est paresseux. Alors que, majoritairement, il est en quête de reconnaissance sociale, il veut être en règle, il veut être une partie "normale" de la société et il a un grand désir d'intégration.

Quelles sont les raisons du succès de SMart?

La raison principale, c'est la maîtrise du flux d'argent: les membres sont payés au plus tard sept jours après la fin de la prestation. Ils ne doivent pas s'occuper de leur facture, ni de la récupération de leurs créances.

Renseignements sur la collection et les bourses SMart à l'adresse vej@smartbe.be.

Source: L'Echo

Publicité

Copyright L'Echo