



**LES CONTRIBUTIONS DES PARTICIPANTS
A L'ATELIER EMPLOIS CULTURELS**

11 octobre 2003	Thierry BARTHE	Créer une association pour la promotion du mécénat	p.118
20 octobre 2003	Hervé POULIQUEN Associé, Deloitte & Touche	Pour favoriser le mécénat...	p.119
22 octobre 2003	Cécile BOUISSOU Les Talens Lyriques	Propositions pour rapprocher les entreprises de la culture	p.120
22 octobre 2003	Laurent COVIAUX City Radio de Paris	La médiation pour favoriser les partenariats entreprise et culture	p.121
27 novembre	Franck LAROZE Directeur Evidenz	L'art numérique : un potentiel non exploité à Paris	p.122
10 décembre 2003	Roseline VILLOTTE KALIFA France Telecom R & D	Patrimoine et nouvelles technologies et fête de l'image à Paris	p.127
11 décembre 2003	Chantal BENOISTEL Directrice de l'Agence Européenne de Management Culturel	Aider la cinémathèque Jean-Marie BOURSICOT	p.128
18 décembre 2003	Ateliers d'écriture Elisabeth Bing	Paris – Page Projet de création d'écriture dans Paris	
28 janvier 2004	Arno GAILLARD Critique de cinéma	Projet de plaque commémorative François TRUFFAUT	
04 février 2004	Didier SACO Designer	L'édition non-marchande / print	p.129
10 février 2004	Zahia HAFS Editions Jalan	Quelques idées...	p.130
12 février 2004	Joël THIBOUT Back Up Film	Pistes pour encourager l'activité et l'emploi dans le secteur culturel à Paris	p.131
	Alain LANCE Maison des écrivains	Pour une coopération avec la maison des écrivains	p.133
2 mars 2004	Gennaro CAPUANO Librairie Leggere	Le Passe-Livre	
25 mars 2004	Antoine VILLETTE Président de l'APOM	Les besoins des entreprises et les expériences étrangères	p.134
5 avril 2004	Edgard DANA Culture du cœur	Création d'atelier de pratiques amateurs conçu et géré par des artistes au RMI	
11 mai 2004	Gilles MULLER Paris Capitale de la Création	Paris / Culture / Economie / Image	p.136
23 mai 2004	Fabienne POURTEIN Ingénierie culturelle	Note de synthèse et préconisation	p.138
24 mai 2004	Henri VERDIER Membre du CODEV	Note pour la mise en place d'un concours de création d'entreprise culturelles innovantes	p.140
7 juin 2004	Manon RENONCIAT Planeth Consultants	Pour un mécénat mutualisé à Paris	p.142

8 juin 2004	Gilles CASTAGNAC Directeur Général IRMA	3 propositions de proximité	p.146
9 juin 2004	Charlotte ROUSTANG Association audiovisuelle Soleil Vert Production	Les emplois culturels : idées et réflexions sur les actions à mener à Paris	p.147
14 juin 2004	Frédéric WEIL Capital Games	Proposition pour une aide à l'écriture interactive	
18 juin 2004	Mathieu HILFIGER	Notes sur les pratiques amateurs	p.180
28 juin 2004	Hélène ABRAND	Culture et nouvelles technologies	p.181

A l'attention du CODEV

Atelier de travail- Session 4- L'emploi culturel

Madame, Monsieur,

Afin de faire avancer votre travail, je voudrais vous faire part de mes réflexions à propos du Mécénat des entreprises et des particuliers.

En effets comme vous n'êtes pas sans le savoir, le gouvernement a annoncé l'an passé le 17 décembre 2002 son intention de relancer le Mécénat et les fondations, par un train de mesures fiscales et juridiques importantes. Depuis septembre, c'est désormais chose faite.

Et après ?

La loi de finances pour 1987 introduisait également des incitations au Mécénat et au parrainage. Quand est-il aujourd'hui ? La France est toujours lanterne rouge en matière de fondations et le mécénat représente moins de 0,01% du chiffre d'affaire des sociétés.

C'est pourquoi je préconise pour Paris, la création d'une association pour la promotion du mécénat et le management culturel (Apromac). Cette association aurait pour but de sensibiliser et d'encourager par l'information et la sensibilisation, l'inclusion du parrainage et du mécénat dans les stratégies de communication des PME/PMI de la capitale, et plus généralement de toutes les entreprises commerciales, privées et publiques, individuelles ou en sociétés. Les nouvelles dispositions de l'état en faveur du mécénat prennent en compte l'intérêt de toutes les entreprises, mais également celui des personnes physiques.

Cette association ou fondation(pourquoi pas), aidée dans un premier temps par une subvention municipale, départementale et régionale forte afin de communiquer largement devra collecter sous forme de dons les contributions des entreprises et des particuliers contre un reçu libérateur.

Toutes les entreprises et à fortiori les particuliers n'ont pas les moyens, à part de grosses entreprises ayant déjà leurs fondations, de sponsoriser ou de parrainer une manifestation culturelle à elles toutes seules. C'est pourquoi, l'association pourra fournir un label générique, dont pourront se prévaloir les entreprises dans leurs communications. Par exemple : Ce spectacle a été aidé par « les commerçants, les entreprises, de votre quartier, de votre arrondissement, de votre ville »

Les entreprises ne sont pas toujours au fait de la création, et ne veulent pas forcément associer leur nom à des spectacles vivants et contemporains très éloignés de leur image de marque. De même pour égayer mon propos et donner un exemple, je vois mal « la petite hutte » d'André Roussin, parrainée par Bouygues.

Il est bien entendu que toute entreprise le souhaitant pourra associer son nom à un spectacle sous forme de parrainage car ses dépenses seront assimilées à des dépenses de publicité, exposées dans l'intérêt de l'entreprise et à ce titre directement déductible du résultat imposable.

L'association pourra être un relais financier de la politique culturelle de la ville, dont le budget considérable n'est pourtant pas extensible à l'infini.

Elle pourra de façon souple aider les artistes sur des projets ponctuels à l'intérieur de la Capitale.

En leur apportant un soutien financier, sans solliciter le budget et donc l'impôt leur permettant de créer plus souvent et dans de meilleures conditions, l'association APROMAC contribuera à l'amélioration et à la création d'emploi culturel dans la ville de Paris.

Hervé POULIQUEN,
Commissaire aux Comptes, Deloitte & Touche
Lundi 20 octobre 2003

Ainsi que je vous l'ai indiqué, je suis prêt à faire parvenir à certaines associations subventionnées par la Ville de Paris, diverses informations et invitations que nous établissons à l'intention d'associations intéressées :

- invitation à des conférences identiques à celle du 1/10/2003 (la prochaine aura lieu fin novembre sur le sujet des subventions) ;
- newsletter trimestrielle ;
- guides pratiques (2 par an : le prochain sera édité en novembre sur les conventions réglementées) ;

Par ailleurs, je suis également disposé à participer à la rédaction d'une note technique sur le mécénat destiné aux entreprises et associations.

Cécile BOUISSOU

Les Talens Lyriques

Mercredi 22 octobre 2003

Merci encore pour cet atelier enrichissant initié par le CODEV et voici quelques réflexions qu'ont suscité cette rencontre :

- il m'apparaît vital de mettre en relation le monde des entreprises et celui des structures culturelles. les entreprises doivent en effet stimuler la vie culturelle et par la même occasion, générer des emplois culturels. D'après mon expérience et le discours qui s'est dégagé hier matin, ces deux mondes régis par des cultures et fonctionnements différents apparaissent cloisonnés. Voici quelques propositions :

1-Création d'une "plate-forme, bureaux " crée par la mairie de Paris, sorte de "liant", de "pôle mécénat et sponsoring" qui se chargerait de mettre en relation les entreprises et les acteurs culturels et qui serait animé par des médiateurs. Un équivalent de "Monsieur mécénat du ministère de la culture". (Monsieur Lacloue remarquait à juste titre le manque cruel de médiation). Ce "pôle mécénat et sponsoring" viendrait en complément de l'ADMICAL (qui a elle, plutôt tendance à être un "Observatoire du mécénat"). La promotion du mécénat est une chose, la mise en contact judicieuse en est une autre.

2-Travail de diffusion pour sensibiliser les entreprises. La chambre de commerce pourrait relayer et diffuser l'information (magazine de la chambre de commerce et de l'industrie- par ex, forums...). Monsieur Erlenbach soulignait à juste titre le potentiel de financement que représentent les PME. Un travail + offensif côté presse (journaux économiques, presse parisienne).

3-L'idée d'un label "Mairie de Paris" me paraît être une excellente idée.

4-La possibilité d'une mise à disposition de certains locaux de la ville de Paris (je pense notamment à la salle de la mairie du XIV^e (rue Durouchoux), à la Salle des fêtes de la mairie du XIX^e) serait une aide précieuse pour organiser des concerts ou pièces de Théâtre et favoriser les évènements liés au mécénat.

Voilà quelques idées concrètes du point de vue d'un "acteur culturel", seul un travail de longue haleine pourra, je pense, faire évoluer les mentalités en terme de mécénat et de sponsoring (y compris pour les particuliers) afin de rattraper le retard que la France accuse dans ce domaine. Ce système de financement semble être la "bouée de sauvetage" pour des ensembles très reconnus comme les nôtres et néanmoins, pour la première fois, en difficulté.

Laurent COVIAUX

Responsable des partenariats de la City Radio de Paris
Mercredi 22 octobre 2003

En préambule, je souhaiterais avant tout préciser la nature de mon activité, la CityRadio comme toutes les autres radios de service public apporte son concours à des événements (et son cahier des charges s'oblige à cette approche) culturels ou sportifs, non sous forme financière ou matérielle, mais comme média, avec de l'antenne par conséquent, moyennant essentiellement une visibilité sur la communication de l'événement en question. Il ne s'agit pas à proprement parler de mécénat au sens fiscal et juridique, notre intervention n'est d'ailleurs absolument pas désintéressée et s'inscrit de ce fait dans une stratégie de communication bien définie.

Ceci étant dit, il me semble - et les nombreux dossiers de demande de partenariat que je reçois chaque semaine (il s'agit de dossiers parisiens en l'occurrence) me le prouvent trop souvent - que le fond du problème n'est pas d'inciter les entreprises à investir davantage, même si une information sur leurs intérêts fiscaux n'est pas inutile, mais bien de faire se rencontrer les besoins des producteurs et acteurs culturels d'une part et les entreprises de l'autre. C'est donc bien un problème de médiation qui existe.

Mais surtout, au-delà de cette simple médiation, il faudrait aussi que les acteurs culturels comprennent enfin qu'on ne demande pas un soutien sans contrepartie, que les entreprises et les partenaires ou mécènes potentiels attendent un "retour" sur leur investissement, quelqu'un ce matin y a clairement fait allusion. Ce qui veut dire que celui qui demande un soutien aujourd'hui doit aussi proposer un projet à son futur mécène ou partenaire, un projet qui s'inscrive dans une stratégie de communication interne ou externe, de relations publiques ou autre (cela veut dire ne pas se limiter à proposer un logo tout petit sur 500 affiches et quelques tracts). Or, je suis au regret de constater que la majorité des acteurs de la culture se contente de demander une aide sans pousser la réflexion au-delà, ou au mieux en se contentant de contreparties faibles ou aléatoires. Les dossiers que je reçois sont mal présentés, vides, incomplets le plus souvent et ne méritent pas une étude approfondie.

Deux raisons à mon avis à cela :

- un problème "culturel", le monde de la Culture en France entretient des relations difficiles avec le monde de l'entreprise et voit souvent d'un mauvais oeil l'intrusion des logiques marketing dans son univers. Il se contenterait bien de l'argent du mécène mais sans sa présence ensuite.
- un problème de compétences, il manque cruellement de professionnels chez les opérateurs de la culture pour monter des dossiers dignes de ce nom et assurer la gestion et le suivi des accords de partenariat ou de mécénat (ce dernier point est essentiel car c'est aussi une raison pour laquelle les entreprises ne persévèrent pas dans leurs actions et je peux personnellement en témoigner).

De ces réflexions, trois pistes pour répondre à la question de fond qui est de créer des emplois :

- la Mairie devrait développer un rôle de médiateur pour faciliter la mise en relation des entreprises et des producteurs. Pourquoi pas notamment au sein de l'action associative et notamment des Maisons des Associations en cours de création ?
- la Mairie pourrait négocier elle-même des accords de mécénat avec plusieurs grandes entreprises, sur la base bien sûr d'un projet élaboré, dont le produit pourrait permettre la création d'emplois culturels par exemple pour développer la pratique "amateur" - Lionel Stoléro a plusieurs fois fait allusion à ce domaine notamment pour le 3e âge. La Mairie a probablement les contreparties à offrir : opérations de relations publiques dans ses salons pour son mécène, places aux grandes expositions des Musées de la Ville par exemple...
- la vraie source d'emplois enfin est dans les métiers de la communication, recherche de mécènes ou marketing, peut importe leur appellation exacte d'ailleurs. Des métiers de professionnels, chez les acteurs culturels (à la Ville ou dans les structures, associatives ou autres, mais pourquoi pas mis à la disposition par la Ville) formés pour cela (et non comme parfois issus de l'artistique et recyclés dans ces fonctions par défaut), aptes à saisir les logiques d'entreprise et valoriser au mieux l'action de leurs soutiens.

Parmi les très bons exemples que vous pourriez avec intérêt interroger, il y a la Fondation Gaz de France qui soutient depuis 10 ans la Fédération Française de la randonnée pédestre, qui a du coup créé un service communication et partenariat étoffé et mène de nombreuses actions. Même si ce partenariat est en marge du milieu culturel et a une vocation nationale, il est parfaitement duplicable à l'échelle locale et a valeur d'exemple car les deux partenaires s'y retrouvent.

PARIS, LE 27 NOVEMBRE 2003

Conseil de Développement Économique Durable de Paris (CODEV)
Réunion du CODEV du vendredi 28 novembre 2003
Atelier emplois culturels, sur le **cinéma, audiovisuel et arts numériques**

Problématique[s] L'art numérique offre un potentiel de développement encore largement inexploité :

- comment développer les activités de ce secteur et favoriser l'investissement à Paris ?
- comment développer le potentiel de création d'emplois de ce secteur ?
- comment Paris peut-il se placer à l'avant-garde de la création numérique ?

1 Contexte de la contribution

Mesdames, Messieurs,

Suite à plusieurs contacts que j'ai pu avoir avec différentes personnes de la Mairie de Paris, et notamment avec les représentants du CODEV à l'issue d'une réunion de présentation de vos activités à la section culture du Parti socialiste lors de laquelle j'avais exposé mon point de vue sur les projets culturels de la Mairie de Paris, et en particulier ceux liés au numérique, le CODEV m'a invité à participer à la réunion de ce jour, ce dont je vous remercie.

Pour ceux qui ne me connaissent pas, j'interviendrai ici en tant qu'artiste-auteur et producteur de spectacles vivants et d'œuvres numériques, co-fondateur avec Georges Gagneré de la CIE INCIDENTS MEMORABLES et directeur d'EVIDENZ, structures spécialisées en arts numériques en lien avec le spectacle vivant et les nouvelles textualités. Par ailleurs, certains, ici, savent peut-être que, suite à la grave crise financière rencontrée par le Théâtre Gérard Philipe de Saint-Denis en 2000 alors dirigé par Stanislas Nordey, j'avais déposé, incité en cela par certaines responsables de la DMDTS & du Cabinet du Ministre de la Culture d'alors Mme Tasca, et afin d'y sensibiliser les décideurs culturels en place à l'époque, un projet expérimental de « théâtre du 21^e siècle » ou « théâtre multimédia », depuis rebaptisé « K – centre de création contemporaine », capable de répondre aux besoins des nouvelles pratiques artistiques en lien ou apparues avec les nouvelles technologies. J'ai ainsi initié, en marge de mes activités artistiques, avec toute une équipe & en étant à l'écoute de nombre de réseaux et d'artistes ou producteurs, un travail de réflexion critique et de reformulation des politiques culturelles que, pour l'instant, et depuis le dernier changement de gouvernement, seuls quelques universitaires concernés m'ont demandé d'explicitier officiellement.

A ce titre, je n'envisagerai donc que les perspectives de développement du secteur numérique à Paris et vous donnerai mon sentiment sur trois des problématiques proposées comme objets à cette réunion, et qui sont à mon sens étroitement imbriquées, à savoir :

- comment développer les activités du secteur numérique et favoriser l'investissement à Paris ?
- comment développer le potentiel de création d'emplois de ce secteur ?
- comment Paris peut-il se placer à l'avant-garde de la création numérique ?

Après un exposé sommaire des enjeux actuels dans le secteur numérique et de ses conditions de production, en France & à Paris, j'en viendrai donc à émettre quelques propositions, et à réaffirmer une position en décalage critique par rapport à quelques grandes options de politique culturelle prises par la Mairie de Paris, ceci essentiellement dans un souci de prévenir certains écueils inhérents à ces grandes options et qui ne me semblent pas avoir été envisagés jusqu'à présent.

2 Arts numériques : après « l'explosion » des années 1995-2001, la stagnation

Tout d'abord, il conviendrait plutôt de parler d'arts numériques au pluriel, et non au singulier. En effet, et ce sans même envisager les activités de production ou post-production cinématographiques ou télévisuelles que je ne connais pas suffisamment, il me semble nécessaire de dresser rapidement un aperçu des arts numériques depuis leur apparition.

D'une façon ou d'une autre, nous baignons déjà sans le savoir dans le numérique – c'est à dire non seulement la possibilité de numériser des informations audiovisuelles ou textuelles, mais surtout depuis peu de les (re)traiter en temps réel – depuis près d'une quarantaine d'années. Toutefois, les possibilités de numérisation – c'est à dire de compression des informations sur des supports numériques en constante innovation – se sont fabuleusement accrues depuis le début des années 90 grâce à l'apparition et au développement quasi exponentiels de nouveaux matériels & de supports informatiques ainsi que de logiciels aussi financièrement abordables que maniables par un plus large public. Couplé au développement d'Internet, ces matériels & logiciels ont aussi permis l'explosion des possibilités et vitesses de transfert des informations

Profitant de cette relative démocratisation du numérique, de sa souplesse d'emploi ainsi que de ses possibilités combinatoires, et suite aux travaux précurseurs de certains « grands aînés » des années 60 aux années 80, toute une

nouvelle génération de créateurs – pour la plupart nés dans les années 60 & 70 et ayant grandi avec le développement de l'audiovisuel, parfois au détriment de l'apprentissage du littéraire – est apparue sur la scène artistique française et internationale, bouleversant du même coup les esthétiques traditionnelles en se caractérisant par :

- l'emploi des nouvelles technologies comme moyen d'expression artistique à part entière ;
- le décloisonnement des pratiques artistiques « traditionnelles » & la prolifération des pratiques dites « transversales », « pluri ou interdisciplinaires » (interactives ou non), et, de fait, le glissement des termes « artistes » ou « techniciens », les premiers (« programmeurs » ou non) devenant aussi des techniciens, et bon nombre des seconds accédant au statut d'artistes créateurs à part entière ;
- enfin, la mise à jour de nouveaux « objets artistiques », pour la plupart pudiquement baptisés « OANI – Objets Artistiques Non Identifiés » par les institutions culturelles elles-mêmes, ce qui en dit déjà long sur la faculté de compréhension par les institutions de ces nouvelles pratiques qui tendent, sinon à devenir majoritaires, du moins à fortement se généraliser tant elles semblent, pour les créateurs contemporains (qui ne sont plus si « jeunes » que cela), infiniment plus riches de potentialités, d'enjeux artistiques, et de possibilités de questionnement du monde contemporain que les pratiques artistiques traditionnelles que l'on peut désormais qualifier de « patrimoniales », même si bon nombre des créateurs ou décideurs culturels actuels ont tout intérêt à ce qu'elles soient toujours considérées comme « contemporaines »...

Tous les arts « traditionnels » ont donc été sinon « envahis », du moins fortement remis en question, par les nouvelles technologies du numérique (avec, inévitablement, des réussites spectaculaires comme des échecs retentissants, sans oublier des « coups de bluff » où le numérique était « mis à toutes les sauces ») : la musique (électronique en particulier, avec la « techno », plus ou moins heureusement utilisée comme « fer de lance » ou « char d'exposition » des possibilités du numérique/home studio), les arts plastiques (pléthore de réalisations : Annie Abrahams, Grégory Chatonsky, etc.) & les arts chorégraphiques (William Forsythe, Boris Charmatz, etc.) furent les premiers à rendre patente cette mutation. Puis ce fut le tour, frileusement d'abord, maintenant de façon massive, des arts de la rue, du spectacle vivant en général et du théâtre en particulier (Jean-François Peyret, Jean Lambert Wild, Georges Gagneré, etc.), puis de la littérature elle-même (Eric Sadin avec la revue *ec/arts*, Jean-Pierre Balpe – Université Paris VIII), à tel point qu'aujourd'hui on reste confondu du nombre de spectacles faisant intervenir le numérique mais du très petit nombre de personnes capables de les produire et de les mettre en œuvre...

Mais la mutation numérique a surtout permis l'apparition, en brouillant les frontières traditionnelles, de nouveaux types d'art : infographisme (avez-vous remarqué que, sous l'effet de la « génération électronique », la plupart de nos polices de caractère ou de nos façons de présenter des textes, ont changé en 10 ans ?), webdesign & netart (site panoplie.org, dont le créateur, Bruno Samper, vient de refaire le site du Ministère de la Culture), Vjing, « cinéma digital » en temps réel (en particulier développé par Jérôme Duval), nouvelles scénographies interactives ou non, performances et installations multimédia (interactives ou non, via le net/streaming ou non, CD et DVD d'artistes, le 3D, la modélisation numérique en architecture (cf. les travaux de Jean Nouvel par exemple) et, sans même parler de la partie émergée de l'iceberg numérique constituée par les jeux vidéos en réseaux ou non, plus généralement toute une gamme de créations artistiques faisant intervenir à la fois du texte, de l'image, du son, de l'interactivité, etc., à tel point qu'il paraît aujourd'hui difficile de savoir si l'on a à faire à un objet artistique relevant exclusivement du spectacle vivant, de la musique, de l'image, ou du texte, l'enjeu de ces nouvelles formes artistiques étant justement de dépasser les clivages ou distinctions traditionnelles pour leur substituer des champs artistiques plus en phase avec les grandes problématiques contemporaines. Pour finir de s'en convaincre, il suffit de se référer aux événements artistiques programmés par Pierre Bongiovanni lors des dernières Nuits Blanches : il semble difficile de les définir avec les « genres artistiques » traditionnels (ainsi, dans quelle « catégorie » ranger *Le géant* de Samuel Rousseau qui a animé la façade de la Gaîté Lyrique ?).

Or, si dans un premier temps - en gros la période 1995-2001 – ces arts dits « émergents » ont été favorablement accueillis & ponctuellement soutenus par les diverses tutelles culturelles (institutions, lieux de diffusion, etc.) relevant soit de la musique, de l'image & vidéo, du spectacle vivant, des arts plastiques, pour aboutir au dispositif Dicream hébergé par le CNC & mis en place par Mme Tasca, et grâce à l'action de certains producteurs « éclairés » (tels Pierre Bongiovanni avec le CICV/Belfort & le festival *Interférences 2*, Didier Fusillier & Richard Castelli du MAC Créteil & Le Manège/Maubeuge, Jean Blaize du Lieu Unique/Nantes) qui ont largement contribué à commencer de mettre en synergie ces diverses nouvelles pratiques artistiques liées au numérique, depuis 2001-2002, nous avons tous senti un net ralentissement, tant à Paris qu'au niveau national, pour ne pas dire une stagnation, voire une régression, en matière d'aide et d'accompagnement à la production numérique. Situation d'autant plus contradictoire que la demande des jeunes publics est en la matière de plus en plus importante (l'aspect spectaculaire et ludique des arts numériques étant un facteur de séduction essentiel). J'en énumérerai ici brièvement certaines raisons :

- sur Paris & la région parisienne, certains lieux spécifiquement destinés au départ au numérique ont fait la preuve de leurs limites en matière de production & de diffusion (en particulier Le Cube d'Issy les Moulineaux & Mains d'Oeuvres à Saint-Ouen) : insuffisamment dotés, ils ne peuvent plus soutenir les artistes sur le long terme ;
- suite à l'éclatement de la « bulle internet », à la morosité post « 11 septembre », et aux dernières élections présidentielles, on constate un repli général des initiatives de toute sorte, en particulier celles liées au numérique ;
- les options de l'actuel gouvernement en matière culturelle, et plus spécifiquement numérique, sont frileuses, pour ne pas dire inexistantes, et la remise en cause de l'indispensable statut de l'intermittence ne favorise guère l'initiative artistique, précaire par essence. D'autant que l'arrêt brutal du programme « Fiches culturelles » (enterrement du rapport Lextrait), où se faisaient dans des logiques de réseau et des économies limitées la plupart des projets « transversaux », a privé bon nombre de créateurs de leur possibilité d'expérimentation et de création. Enfin, l'actuel ministère de la culture, derrière des déclarations de principe, dissimule mal son manque d'intérêt pour ces types d'art

décloisonnant des pratiques traditionnelles/patrimoniales qu'il préfère conserver en l'état, à rebours du sens de l'histoire esthétique ;

- la dispersion & l'étiollement des crédits de subvention au numérique, répartis plus ou moins officiellement entre le Ministère, les DRAC, le Thécif, la DAP, le Dicream/CNC, le CNL, le Conseil Régional, la Mairie de Paris, etc., a rendu « usante », pour les créateurs & structures indépendantes, la recherche de subventionnements au projet & surtout à la recherche. Ceux-ci préfèrent dorénavant se tourner vers une structure unique, capable de comprendre et soutenir leur projet sans perte inutile d'énergie. D'où que bon nombre se tournent de plus en plus vers l'étranger pour y faire ce qui semble trop compliqué en France, pays au fonctionnement administratif traditionnellement « lourd » ;
- le manque de structures de production & diffusion numériques dans tous les domaines, tant en France qu'à Paris, avec suffisamment de moyens, les artistes en ayant assez de devoir la plupart du temps non seulement expliquer x fois à des interlocuteurs différents leur démarche et, aussi, d'en « être de leur poche » dans bon nombre de productions. Ils manquent actuellement de matériel disponible, d'espace où travailler, et de techniciens les épaulant, sans parler des indispensables démarches de formation professionnelle quasi inexistante (cette génération n'ayant trouvé pour « parade » que les Workshop itinérants où s'échanger leur savoir). Si ces artistes ont pu, dans un premier temps, se « débrouiller » seuls avec des matériels légers, ils arrivent aujourd'hui avec des projets qui nécessitent un temps de travail & de calcul, ainsi qu'un espace et des matériels performants que peuvent seuls leur garantir des lieux aux moyens de production suffisants ;
- du fait du manque de lieux, en particulier à Paris, de production & de diffusion numérique, un manque de visibilité, donc de reconnaissance à la fois publique, critique et institutionnelle de ces arts arrivant pourtant à maturité et qui sont donc obligés de « se replier » sur des lieux ponctuels, essaïmés aux quatre coins de la capitale, et à la communication trop restreinte (ceci étant hérité de la « confidentialité underground » des milieux électroniques & de leur méfiance envers les institutions alors peu promptes à les soutenir en raison de la mauvaise presse des musiques électroniques/techno). Les lieux « institutionnels », quant à eux, ont trop tendance à ne présenter les œuvres numériques comme, sinon « marginales », du moins expérimentales », et à ne les considérer toujours comme relevant essentiellement de leur sphère d'intervention artistique...

3_ Un Centre de création numérique pluridisciplinaire majeur à Paris, pour y relancer le numérique en termes de création artistique (production/diffusion) et d'emplois culturels

Alors que de tels lieux existent déjà dans d'autres grandes villes d'Europe (CICV Belfort, V2 d'Amsterdam, Sonar de Barcelone, Ars electronica de Linz, ZKM de Karlsruhe, ICC de Tokyo, etc.) depuis parfois une vingtaine d'années, et malgré la richesse de ses lieux de diffusion, Paris ne dispose pas encore d'un lieu fédérateur, dédié aux arts numériques et qui soit de dimension nationale, sinon internationale, pour :

- positionner la capitale à l'avant-garde de la création numérique sous toutes ses formes (production & diffusion) ;
- y créer des emplois directs (permanents & intermittents), puis indirects, par essaimage des activités du lieu dans la cité/région et mise en synergie des réseaux existants ;
- y développer la formation professionnelle, garantissant à terme la création d'emplois culturels (techniciens multimédia polyvalents et spécialisés) ;
- générer des recettes par la diffusion & la vente d'œuvres numériques tous supports (spectacles, performances, CD, DVD, logiciels, livres, matériels, etc.) ;
- créer sur Paris les conditions d'une activité (si possible effervescente...) numérique en y fédérant les lieux & les réseaux déjà existants, et en y regroupant en un endroit donné le plus large éventail de créateurs numériques, ce qui pourrait avoir pour effet d'y attirer les investisseurs par « capillarité » des besoins suscités ;
- initier un partenariat significatif avec un équipementier tous secteurs numériques de dimension internationale (Sony par exemple, dont la direction européenne est actuellement à Berlin) qui pourrait se servir de ce lieu comme « vitrine » tout en l'équipant, en y apportant son savoir-faire, et en collaborant à la mise au point de nouveaux matériels testés sur place, etc.

Ce lieu devrait être capable de :

- faire (production/expérimentation/diffusion)
- diffuser son savoir-faire (formation des professionnels & initiation des publics)
- faire savoir ce qu'il fait (communication locale, nationale, internationale) ;
- initier des partenariats (coproduction & diffusion) avec d'autres lieux emblématiques de création numérique dans le monde.

Il devait être en mesure de (co)produire et diffuser annuellement une palette conséquente d'arts numériques, de disposer de suffisamment d'espace pour cela, de mettre à disposition des artistes en résidences variables tous les matériels nécessaires et spécialisés (regroupés autour d'un « noyau numérique » polyvalent), les techniciens pour les mettre en œuvre, et une administration en charge de la production & diffusion. Il devrait pouvoir fonctionner autour de « pôles majeurs » capables d'œuvrer, suivant les projets & les artistes invités, de façon séparée ou en synergie, et être ainsi en mesure de produire & diffuser des :

- vidéos & films expérimentaux ;
- spectacles vivants (danse, théâtre) multimédia ;
- performances multimédia, interactives ou non, via le net ou non ;
- CD & DVD multimédia ;
- musiques électroniques et créations sonores ;
- installations multimédia interactives ou non ;
- infographisme, webdesign et netart ;
- scénographies multimédia ;

- logiciels de création multimédia & spectacles vivants ;
- projets expérimentaux ;
- etc.

En parallèle, et dans le cadre unique d'une indispensable mutualisation/mise en commun des savoirs & compétences, il devrait :

- établir des passerelles entre toutes ces disciplines ;
- former des techniciens, programmeurs & artistes ;
- initier massivement les publics, en particulier jeunes ou défavorisés, à toutes ces pratiques ;
- établir des collaborations et échanges (coproduction, diffusion, etc.) avec d'autres lieux emblématique en la matière, en France & à l'étranger.

Tout ceci suppose évidemment de lourds investissements initiaux, tant pour mettre un lieu conséquent à disposition que pour lui garantir des moyens de production conforme à son cahier des charges, et donc de financement (l'auto-financement ne pouvant être que partiel, même en cas de partenariat avec un équipementier & les recettes générées). Le Ministère de la culture ne semblant pas être actuellement en mesure de réfléchir à un tel lieu, il reviendrait à la ville de Paris – soutenue par le conseil régional – d'en supporter le coût.

4_Problématiques liées aux affectations actuelles de la Gaîté lyrique & des « Pompes funèbres »

La ville de Paris a décidé d'implanter un tel lieu dans le théâtre de la Gaîté lyrique. Cependant il me semble que le site des « Pompes funèbres – 104 rue d'Aubervilliers », qui devrait être affecté à la production & à la résidence d'artistes encore à définir précisément (arts plastiques, théâtre, danse, arts de la rue) serait beaucoup plus approprié pour plusieurs raisons et éviterait bien des problèmes déjà prévisibles :

- le site du 104 est beaucoup plus vaste & apte accueillir toutes les disciplines en lien avec le numérique (des grosses formes du spectacles vivants/performances/installations aux créations plus « légères »), et à permettre en permanence la rotation des équipes, alors que la Gaîté, même reconfigurée, ne pourra accueillir en même temps qu'un nombre beaucoup plus limité de disciplines & projets ;
- la « jauge » de la Gaîté risque de s'avérer très vite insuffisante : si un véritable « centre numérique polyvalent » digne de ce nom est créé à Paris, il attirera forcément beaucoup de publics (jeunes ou non), et le 104 serait le lieu idéal pour les canaliser (en terme d'espace & de sécurité). Il suffit de se souvenir de la marée humaine qui avait investi le 104 lors des premières Nuits blanches où n'étaient présentées que des œuvres numériques...
- l'architecture du 104 est beaucoup plus appropriée que celle de la Gaîté pour accueillir un centre numérique :
 - l'esthétique de la Gaîté est très « référencée », classique, alors que celle du 104, splendide exemple de l'architecture industrielle, correspond davantage à l'esthétique « moderne » des arts numériques : les artistes se reconnaîtront dans celle du 104, plus difficilement dans celle de la Gaîté ;
 - la répartition des pôles serait bien plus facile au 104 qu'à la Gaîté où ils risquent d'être confinés ;
 - la Gaîté, même en y reconstruisant une salle de spectacles (et non de projection en frontal, sans recul ni cintres, comme celle existant déjà), pourra difficilement accueillir les spectacles vivants et nouvelles scénographies non frontales les plus spectaculaires. A l'inverse, les surfaces & espaces permettant d'implanter plusieurs salles splendides, polyvalentes et modulables, existent déjà au 104, ce qui permettrait d'avoir un lieu unique en Europe pour produire et diffuser les créations numériques à la fois les plus avancées et les plus spectaculaires (il paraît difficile, par exemple, de disposer à la Gaîté d'un espace permettant d'implanter ponctuellement jusqu'à une dizaine d'écrans de 5X7 m...) ;
 - les riverains de la Gaîté semblent peu enclins à accepter dans leur quartier un afflux de jeunes publics, alors que le site du 104 permettrait de les « décentrer » tout en s'ouvrant aux publics plus défavorisés du Nord et de l'Est parisien, démocratisant ainsi l'accès au numérique qui souffre d'une image « d'art pour les nantis », et ceci tout en bouclant le périmètre d'activités de La Villette et en offrant au quartier du 104 des perspectives significatives de développement & de créations d'emploi dont il a plus urgemment besoin que celui de la Gaîté... ;
 - l'actuelle définition du projet du 104 a beaucoup moins de chances de construire une identité artistique forte, incitant à une fréquentation importante des publics tant en journée qu'en soirée, à la découverte de nouveautés, que si un centre numérique y était implanté (sans même envisager les retombées commerciales respectives, le numérique tous domaines générant forcément plus de recettes que les arts « traditionnels », ne serait-ce que par l'implantation d'un centre commercial sur site en lien avec ses pratiques) ;
 - même si l'affectation du 104 reste inchangée, les arts « traditionnels » sensés y être accueillis auront besoin à un moment de moyens techniques numériques (cf. § 2) : la Gaîté, qui aura besoin de tous ses matériels, pourra difficilement partager son parc technique, et la ville de Paris se retrouverait alors obligée d'engager une double-dépense pour l'équipement & l'entretien numérique de ces deux lieux, à moins de cantonner le 104 dans des créations de type extrêmement « classique », ce qui serait dommage pour un lieu d'une telle ampleur. A terme plus ou moins rapide, les deux lieux ne pourraient que faire le constat de leur obsolescence...

Conclusion

Voici donc, en résumé, mes doutes quant à l'actuelle affectation du 104 & de la Gaîté. Dans l'optique actuelle, il me semble que les arts numériques seraient bien trop à l'étroit à la Gaîté, limités dans leur conditions de production et de diffusion, et finalement insuffisamment mis en valeur, du moins à hauteur des ambitions de la ville de Paris en ce domaine. D'autant que le 104 offre tout l'espace nécessaire pour accueillir des artistes numériques français &

étrangers (le réseau numérique fonctionnant déjà à l'échelle européenne), tandis que la Gaîté, si elle ne peut héberger des artistes (en particulier internationaux) en résidence, risque de peiner pour s'imposer comme l'un des centres majeurs de la création numérique conformément au souhait de la ville, et ceci alors que Paris est déjà connue pour sa surabondance en lieux de diffusion de spectacles et d'œuvres plus « traditionnels » qui, lorsqu'ils sont de qualité, y trouvent assez facilement une place, contrairement aux arts numériques... Or ne vaut-il pas mieux privilégier en priorité les arts offrant les meilleures perspectives de développement, actuellement sous-représentés sur la capitale, afin, conformément aux problématiques posées par cette réunion, de placer la ville Paris aux avant-postes du numérique - comme elle le fut au début du siècle dernier à ceux des arts plastiques – et d'ainsi créer de nouveaux types d'emplois culturels tout en y attirant de nouveaux investisseurs, oeuvrant aujourd'hui en majorité répartis dans les secteurs numériques ? Je m'étonne que cette question n'ait pas déjà été envisagée sous cet angle, et je vous la soumets donc.

Proposition suite à la participation de FT au Codev

1) Afin de permettre le développement durable de l'information liée au patrimoine culturel de la ville de Paris : Indexer et numériser les contenus culturels, architecturaux de la ville et permettre leur accès à un plus grand nombre d'utilisateurs.

Observer si la mise en place des informations crée de nouveaux usages culturels et de nouveaux usages et emplois liés à la diffusion de la culture par la technologie.

2) Paris est une ville riche en images : films et vidéos amateurs et professionnels anciens ou nouveaux, musées, centres culturels, etc

Permettre lors d'une journée de l'image la diffusion de tout ce qui peut exister : films d'amateurs à Paris, de jeunes créateurs, anciens et nouveaux films, vidéos des musées, des centres d'archives, des entreprises (films de pub, internes...), tout cela à l'occasion d'une fête de l'image qui s'associerait aux projections d'été de la Villette, à Paris Plage... et utiliserait : le Web (télé par ADSL), la télé par câble, par satellite, le DVD, la cassette vidéo... tout ce qui peut permettre la projection.

J'ai eu l'occasion d'assister à la réunion du CODEV du 6 novembre sur le thème des métiers de la culture en réponse à une invitation adressée à l'AEMC. Les activités de cette agence couvrent outre la formation, l'expertise et le conseil dans le domaine de projets liés à la culture.

C'est à ce titre que je souhaiterais porter à votre attention un projet qui concerne le patrimoine culturel.

Je précise qu'il s'agit d'un projet économiquement viable(il fonctionne déjà à l'international), qui peut générer des emplois et être utile au rayonnement international de la ville de Paris.

Vous pourriez avoir un rôle dans la préservation de ce patrimoine et empêcher qu'il ne parte à l'étranger.

Voici quelques précisions :

L'activité :

-Il s'agit de la cinémathèque Jean-Marie BOURSICOT qui détient à ce jour plus de 600 000 films publicitaires ou publicités filmées, les premiers remontant à 1898. Il s'agit du seul organisme au monde à conserver des films publicitaires en provenance du monde entier.

La cinémathèque a pour objet la conservation, la restauration de ces archives qui sont la mémoire de la publicité.

Pour financer ces travaux, la cinémathèque organise la nuit des publivores qui, en 2003, est présente dans 47 pays et plus de 150 villes. Il est prévu de développer cette activité en Amérique du sud et du nord. Lors de cette manifestation la cinémathèque se voit offrir de nouveaux films.

Parallèlement à cette activité la cinémathèque :

développe les ventes aux télévisions

crée de nouveaux produits

envisage de réaliser une encyclopédie de la publicité filmée

L'activité la plus urgente consiste à réorganiser et reclasser ces archives (base de données, exploitation par numérisation). La cinémathèque Jean-Marie BOURSICOT se trouve dans une situation financière précaire qui fait que le patrimoine qu'elle détient et qui couvre la création publicitaire depuis 1898 est menacé.

La ville de Paris pourrait aider principalement en ce qui concerne les locaux.

La cinémathèque JMB est actuellement hébergée dans 1000 m2 au dessus du cinéma REX. Le coût du loyer est trop important et met en péril l'équilibre financier. Lors de la réunion du CODEV, cette forme d'aide de la part de la ville de Paris par le moyen de mise à disposition de locaux a été envisagée favorablement.

Une coopération dans le domaine de la culture pourrait être envisagée : la cinémathèque pourrait mettre à disposition ses films dans le cadre d'expositions, de conférences, de manifestations événementielles. Les écoles, les ateliers d'art pourraient en bénéficier.

Des emplois rentables dans le domaine de la culture pourraient être créés.

La ville de Paris pourrait être associée à la nuit des publivores qui est une manifestation internationale dans le cadre d'une action de mécénat.

La cinémathèque a été contactée par une capitale européenne qui lui propose lieux d'accueil et prise en charge de la structure. Un accueil favorable de notre demande pourrait valoriser l'action de la ville de Paris dans le domaine de la culture et éviter ce départ.

Je vous remercie pour l'examen de cette demande et vous adresse l'expression de mes cordiales salutations.

Chantal Benoistel

AEMC

**contribution à la réunion codev du 11 02 04
concernant l'édition, la presse et la publicité**

l'édition non-marchande / print

journal d'entreprise, rapport d'activité, programmation culturelle , présentation d'exposition, ouvrage thématique / ex : l'industrie sidérurgique en france, journal d'arrondissement: les éditions non vendues dans le commerce sont très nombreuses

l'impact de l'écrit est toujours essentiel et, malgré le développement du support internet, le nombre des documents imprimés est croissant et l'entreprise investit beaucoup d'énergie, de temps et de moyens en faisant appel à de nombreux talents dans la conception et la réalisation de documents vecteurs de son identité, de son activité et de ses projets

designers-graphistes, rédacteurs, traducteurs, illustrateurs, photographes, imprimeurs : les intervenants dans ce secteur d'activité sont très nombreux, de culture, de formation et d'origines très différentes et participent au développement de l'activité économique de la ville de paris

l'idée serait d'organiser une sélection annuelle des documents non-marchands réalisés dans l'année à paris, avec remise d'un prix ville de paris remis à l'entreprise et au concepteur du document

cette manifestation serait un lien entre 3 activités très importantes à paris:

- **le design / designers graphiques**
- **l'art / photographes, illustrateurs**
- **l'artisanat / imprimeurs**

toutes les 3 créatrices d'emplois

cette sélection pourrait être l'objet d'une exposition de tous les projets candidats à laquelle serait associé chaque année un pays européen qui présenterait également sa sélection de documents non-marchands, ce qui permettrait à l'exposition de se déplacer ensuite dans le pays partenaire du projet et de donner à la production française l'occasion de se faire connaître au sein de la communauté européenne.

l'a.p.c.i / agence pour la création industrielle, dirigée par anne-marie boutin, organise chaque année à la cité des sciences l'observateur du design, sélection de créations-design / cette année, ce sont plus de 300 000 visiteurs qui ont visité l'exposition dont le but est autant de faire connaître le design français que de susciter des vocations

l'a.p.c.i. pourrait devenir le relais de ce projet et organiser cette manifestation dont les buts sont identiques à ceux de l'observateur du design: faire connaître, susciter des vocations et créer des emplois

**didier sacco
didier sacco design
04 02 04**

Quelques idées pour la réunion du CODEV sur l'édition

1) Les camions-poubelle

Les camions-poubelle de la ville de Paris sont à la vue de tous chaque jour. Pourquoi ne pas les utiliser à des fins de publicité dont le but serait de sensibiliser les Parisiens sur des questions de propreté : crottes de chien, triage des ordures, etc
Ces pubs (textes, illustrations, dessins, photos) pourraient faire l'objet d'un concours auprès de jeunes Parisiens amateurs d'art.

Objectif : Initier un processus créatif tout en encourageant des jeunes à formuler un discours sur une certaine idée de la citoyenneté.

2) Les sans-abri

Une exposition de dessins, photos et textes sur la question des sans-abri.
Autour de cette exposition pourraient être organisés des ateliers d'écriture. Les textes ainsi écrits par tous ceux qui souhaitent participer y compris de personnes sans-abri viendraient s'ajouter au fur et à mesure à ceux de l'exposition elle-même.

Objectif : échanges, partage avec des sans-abri ou personnes en difficulté dans la ville, à travers l'écriture.

Il existe plusieurs ateliers d'écriture à Paris auxquels participent activement les sans-abri.
Jalan publie un ouvrage sur cette question en mars.

3) Ateliers de lecture

Activité de quartier, ces ateliers pourraient être l'occasion de faire découvrir la littérature, la poésie et toute autre forme de textes à ceux qui justement ne lisent pas.

Les populations immigrées, notamment illétrées, pourraient trouver là un lieu de métissage autour du livre. Elles pourraient elles-mêmes contribuer à ces ateliers en disant des contes ou des légendes de leur pays.

Objectif : mixer la population, provoquer des rencontres autour des différences culturelles qui deviennent ainsi enrichissantes pour chacun.

Autre idée pour les ateliers de lecture

Aujourd'hui il existe déjà des rencontres entre personnes âgées et enfants de la crèche. Une idée serait de monter des ateliers de lecture où les mamies et les papies pourraient lire aux jeunes et inversement.

Objectif : rompre l'isolement et favoriser le contact entre jeunes et seniors.

4) Théâtre et opéra

La ville de New York organise gratuitement depuis des années une série de représentations (Shakespeare dans Central Park et l'opéra en été) dans le parc de la ville.. Les gens de tous les quartiers et de tout niveau social s'y retrouvent. Pourquoi ne pas imaginer à l'échelle de la ville de Paris le spectacle Outdoor ?

Objectif : la culture accessible à tous

Joël THIBOUT
Back Up Films
12 février 2004

|

|

Alain LANCE

Directeur de la Maison des Écrivains

Lors de la réunion du CODEV du 11 février dernier (...), s'il était indispensable d'aborder les problèmes des librairies, de l'édition et des bibliothèques, il me semble important de ne pas oublier ceux sans lesquels le livre n'existerait pas : les écrivains.

D'abord je tenais à appuyer la suggestion faite à l'issue de la réunion par Colette Kerber : il serait souhaitable de rétablir les Grands Prix de littérature de la Ville de Paris.

Ensuite je voudrais soumettre à la réflexion du CODEV – et plus généralement à celle des services culturels de la Ville – une coopération à long terme avec la Maison des écrivains. C'est une association loi 1901 (actuellement plus de 800 membres, dont près de 700 écrivains), créée en 1986, installée depuis cette date à l'Hôtel d'Avejan, rue de Verneuil, partageant ses locaux avec le Centre National du Livre. Son Président actuel est Claude Esteban. C'est le CNL qui est son principal soutien financier. La Maison des écrivains est un centre de rencontre et de ressource. Nous organisons une cinquantaine de manifestations par an (lectures, débats, colloques avec des écrivains français et étrangers), nous offrons un centre de documentation et d'information et nous servons de centre ressource pour « l'écrivain dans la Cité », coordonnant notamment deux programmes nationaux d'interventions d'écrivains dans l'Éducation nationale, *L'Ami littéraire* (collèges et lycées) et *Le Temps des écrivains à l'Université* (pour les universités et les grandes écoles). Plusieurs centaines d'écrivains par an sont concernés par ces deux programmes qui se déroulent sur l'ensemble du territoire national mais avec un point fort dans la région parisienne. Nous entretenons des relations régulières avec nos homologues européens. Avec la Ville de Paris, nous n'avons jusqu'à une période récente que des contacts épisodiques. Mais en 2002 nous avons entamé une collaboration avec la publication du livre *Paris par écrit*, coédité avec les éditions de l'Inventaire à l'occasion de Lire en fête 2002, ouvrage qui a bénéficié du soutien de la Ville de Paris.

Nous pensons que Paris devrait s'impliquer plus nettement dans les activités de la Maison des écrivains, qui a un rôle régional, national et international. Songeons qu'une ville comme Berlin a quatre lieux comparables : le Literaturhaus, le Literarisches Colloquium, le Brecht Haus et le Literaturwerkstatt. ! Il nous semble que la Maison des écrivains, tout en maintenant sa relation avec le CNL et la Direction du Livre et de la Lecture au Ministère de la Culture, pourrait offrir un lieu de rencontre et de manifestations digne du rôle qui revient à la capitale et à son rayonnement à l'étranger.

C'est dans cet esprit que j'avais soumis un dossier à Monsieur Girard ainsi d'ailleurs qu'au maire du XIIIème arrondissement, Serge Blisko.

Je me tiens bien sûr à la disposition de la municipalité pour en parler plus précisément.

Alain Lance

Directeur de la Maison des écrivains

Antoine VILLETTE,

Président de l'APOM (Association des Producteurs d'Œuvres Multimédia), <http://www.apom.org/>

Mardi 1^{er} juin 2004

Bonjour,

Je n'ai pu me rendre à cette réunion pour des raisons professionnelles ; je vous prie de m'en excuser et le regrette tant je constate que les échanges furent nombreux, variés et intéressants.

L'APOM a bien conscience que les collectivités territoriales ne peuvent intervenir directement dans le financement des entreprises. Cependant les fonds de production régionaux existent : certaines régions de pays, notamment européens, se sont engagés dans des programmes d'envergure (pôle « Northwest » au Royaume Uni (les entreprises y seront "rémunérées" pour recevoir des stagiaires) ; pôle Ecosse (montage d'un fonds de production, Funds4games, à l'usage exclusif des studios de développements du Royaume-Uni) ; pôle Bavière (le Lander gère un fonds de production de 30 millions d'euros, Attaction) ; un pôle en Australie (une région a passé des accords avec les fabricants de console pour mettre gratuitement à disposition de leurs studios des kits de développement) ; aux Etats-unis (la Californie a, depuis longtemps, mis en place des mesures favorisant le financement de projets par le capital risque et la création de Campus (universités, laboratoires de recherche et entreprises) ; en Chine (la province de Shenzen vient de lancer un fonds de soutien à la recherche dans le domaine des moteurs d'affichage pour le jeu vidéo...) ; et l'on pourrait multiplier les exemples à l'envie... Quand la volonté politique existe, les projets se montent rapidement et efficacement.

Ce dont ont besoin les entreprises parisiennes, tout le monde le sait :

- des mesures qui permettent de leur rendre leur compétitivité face à des coûts salariaux élevés exigés par un coût de la vie élevé
- des mesures qui permettent à des jeunes issus d'autres régions de trouver des logements à des prix non-prohibitifs (combien de fois avons-nous vu des périodes d'essai s'achever parce que le salarié n'avait pas trouvé de logement?)
- des mesures qui permettent aux entreprises parisiennes de rencontrer plus souvent leurs clients internationaux sans avoir à y consacrer 10% de leurs chiffres d'affaires (frais de déplacement aux Etats-unis, essentiellement)
- des mesures qui favorisent l'échange d'expériences et la communication entre des secteurs proches et qui s'ignorent (laboratoires de recherche, images, sons, numérique) au travers de manifestations ponctuelles mais aussi de rencontres régulières et, surtout, de projets

- des formations élaborées et améliorées avec l'appui des professionnels (combien compte-on de formations privées qui pratiquent des tarifs prohibitifs en se jouant de la passion de leurs étudiants?)
- des mesures qui permettent aux créateurs d'entreprise de ne pas se retrouver étranglés par les charges après deux ans d'existence
- des mesures qui permettent aux banques parisiennes de ne pas avoir des raisonnements sectorielles ("nous ne pouvons vous ouvrir un compte dans notre établissement, vous comprenez, Cryo a déposé le bilan" (véridique))
- des mesures qui permettent aux propriétés intellectuelles développées à Paris de ne pas sombrer dans l'oubli d'une américanisation à marche forcée de la culture
- des mesures qui récompensent A POSTERIORI les entreprises créatrices d'emploi (la société X a augmenté sa masse salariale de N en 2004, réduisons ses charges de N/2 en 2005!)

Je suis obligé de m'arrêter là car je sais que de nombreuses autres idées peuvent être avancées.

Nous pensons qu'il faut choisir un secteur et s'y tenir! Que ce soit le jeu vidéo, l'animation, la téléphonie mobile ou la musique n'a que peu d'importance! Il faut concentrer les aides et les soutiens comme a su le faire le Canada qui en 10 ans a créé 25 000 emplois et s'est arrogé 20% de la production mondiale de jeux vidéo.

Au niveau national, enfin, des engagements ont été pris par le Gouvernement et des mesures ont été proposées : elles doivent désormais être mises en œuvre sous peine que l'élan donné hier ne se transforme en fiasco demain.

Il est évident qu'il ne sera pas possible de satisfaire toutes les ambitions au regard des moyens à disposition! Il est temps de faire des choix pour l'avenir.

Antoine VILLETTE
Président de l'APOM

Quelques remarques : un diagnostic à plusieurs entrées :

- > une capitale (qu'est-ce que c'est ?)
- > un marché (des marchés)
- > un recensement des acteurs
- > une politique d'objectif (s)
- > une définition des cibles, relais
- > une analyse concurrentielle
- > un repérage des points forts
- > une analyse des retards
- > une identité spécifique unitaire
- > une image (comment se nourrit-elle ?)
- > une combinaison acteurs – relais
- > une politique de coordination

- > **Les acteurs :**
 - artistes
 - artisans
 - créateurs
 - institutions culturelles
 - acteurs économiques
 - les foires
 - les publics professionnels
 - le grand public
 - la presse
 - les RP

> **Commentaires :** la culture dans le sens le plus large (c'est-à-dire loisirs inclus car il n'y a plus de différence dans l'esprit des contemporains, consommateurs) est un faire valoir de premier plan pour l'image d'une ville, d'une région, d'un pays (au sens de culture - création - mouvement enrichi d'un passé, de savoir-faire, d'innovation).

L'image qui en ressort est indispensable à l'attrait de la ville ou région, mais aussi est un soutien aux économies et services des secteurs concernés et périphériques (arts plastiques, arts appliqués, arts décoratifs, art de vivre et industrie (s) et service (s) liés ...) et par voie de réciprocité le dynamisme de ces secteurs économiques et services rejait à son tour sur les activités culturelles.

On comprend alors que la meilleure voie de développement est de créer une dynamique relations publiques promotion parallèlement à une action de coordination et de stimulation des acteurs de tous bords à fédérer dans une communication commune, pour une programmation événementielle et image.

Une telle orientation relève du rôle de chef d'orchestre que doit jouer la ville, par étapes, dans un plan à moyen terme qui suppose une mise en commun des moyens et des dispositifs existants de la ville et des professionnels, avec un budget par conséquent relativement faible (puisque les outils existent et qu'ils sont isolés).

Si une telle incitation forte est donnée, il est clair que les acteurs professionnels, via leurs institutions respectives et propres outils de promotion, ne pourraient que souhaiter adhérer à un projet mobilisateur et les moyens factuels et financiers devraient suivre ; les exemples étrangers (Royaume-Uni), nationaux (Paris, Capitale de la Création) sont à suivre : la volonté a précédé, grâce à un objectif fort, toujours, la recherche de moyens (trouvés comme on le sait ...).

> **Atouts :** Paris photo
la biennale des antiquaires
Paris, Capitale de la Création
le marché de l'antiquité du XXe siècle
la danse contemporaine
le salon du dessin ancien
des artistes (jeunes) à renommée internationale
des collectionneurs (grands mais peu nombreux)
des metteurs en scène de premier plan
le potentiel musées
les scénographies d'exposition
la Fête de la Musique, la Nuit Blanche
les designers Paris, Capitale de la mode
et ...

et puis des éléments positifs mais à améliorer ou en amélioration :

la FIAC
la commande publique
le réseau des manufactures
l'artisanat d'art
les artistes décorateurs
et ...

et des manques qui, bien analysés, peuvent être mis en atouts à moyen terme.

Pour une politique pro-culturelle de la Ville :

π La ville a su multiplier les initiatives pour encourager les pratiques artistiques des Parisiens mais n'a pas su vraiment, jusqu'à ce jour, faire de la culture, au sens moderne (c'est-à-dire capable de concerner tout un chacun - Parisien, national et étranger), un attrait irrésistible pour les internationaux, un faire valoir de l'économie locale, un motif de plaisir pour les Parisiens, un exemple pour les autres institutions.

π Il faudrait considérer les exemples étrangers de capitales qui s'essayent à jouer cette carte : soit une politique de ville (Barcelone, et à un autre registre Bilbao, mais aussi Berlin ou Bruxelles, Vienne ou Londres), soit à titre de couple solidaire ville-pays (Londres-Angleterre ; villes italiennes-Italie ...) , soit en terme politique (et non plus de seule destination : Londres en termes d'image ; New York à un autre degré via les artistes et une dynamique de marché contemporaine tendant à exclure les autres ... qui, hormis Londres et Berlin, mais différemment sous un autre angle, n'ont pas su réagir).

On sent la situation paradoxale de Paris qui, outre son passé prestigieux (et actuel pour beaucoup d'observateurs étrangers), ses réussites actuelles (fête de la musique, dispositif muséal quasi unique, multiplicité de talents créatifs ...) paraît surtout pêcher par manque de volonté fédératrice (par absence de message qui rassemble) et surtout un déficit réel de communication (qu'on note aussi au plan touristique : « Paris se suffirait à lui seul » (et donc pas d'urgence pour s'y rendre, y travailler, y vivre !) et sur ce volet touristique, l'encore trop faible réflexion – actions ciblées sur des publics à différencier grâce à un marketing approprié).
Donc on devrait y arriver.

Gilles MULLER
Coordinateur Général
Paris, Capitale de la Création

Ayant participé à deux réunions du CODEV (réunion générale en date du 31 Mars et visite d'une délégation du CODEV à l'ECA du Xxème arrondissement, le 22 Avril), j'ai mis en relation les interventions entendues lors de ces réunions avec, d'une part les réflexions en cours dans le secteur artistique des arts visuels du Xxème arrondissement, et d'autre part les analyses prospectives issues d'une longue pratique dans le secteur artistique et culturel.

Fondatrice en Guadeloupe d'une Agence d'ingénierie culturelle et de management de projets qui vient d'être labellisée Pôle Régional du Relais Culture Europe, j'ai commencé à accompagner les réflexions des artistes du quartier de Belleville dont je connais les démarches innovantes de longue date.

Il en ressort les éléments suivantes :

1 – NÉCESSITÉ DE LA PRISE EN COMPTE DES SPÉCIFICITÉS DU SECTEUR ARTISTIQUE ET CULTUREL

L'apparition massive du secteur artistique et culturel dans la société, conséquence d'une politique volontariste dans les années 80 a conduit à certaines dérives : on a vu apparaître la tendance à faire tenir aux artistes une place d'assistants sociaux ou, à l'inverse, à attendre de l'art qu'il soit un " produit " s'inscrivant strictement dans un " marché ". Cela a abouti à un certain nombre d'échecs douloureux et/ou d'impasses.

L'art doit être re-situé pour ce qu'il est : d'abord une mise en évidence du substrat humain (sensible, questionnant) - chaque horreur quotidienne nous rappelant qu'il est urgent d'affirmer ce substrat -, et du lien social commun et évolutif qui unit les hommes, et dont ils perdent parfois la trace.

Ensuite une activité qui, par son contenu, est génératrice de flux économiques, dans des cadres de fonctionnement bien spécifiques, différenciés selon les arts (arts visuels, spectacles vivants, audiovisuel, industries culturelles etc .)

Enfin un support de médiation sociale, parmi d'autres, avec ses apports et ses modes d'intervention propres .

La plus-value générée est parfois économique, parfois sociale, parfois les deux : la situation est nuancée.

2 - LES MUTATIONS DE LA SOCIÉTÉ ET DES PRATIQUES ARTISTIQUES NÉCESSITENT DE NOUVEAUX OUTILS

Les cadres et les modes de fonctionnement du milieu artistique et culturel sont confrontés à la nécessité d'évoluer :

- la créativité – fondement de l'action et des discours y afférent – doit trouver de nouveaux canaux pour s'exprimer, pour se faire entendre des différents secteurs de la société (notamment la part majoritaire de la population qui ne s'y intéresse pas spontanément), pour poursuivre son évolution .
- Elle est par ailleurs imprégnée par les échanges entre les cultures, portés par la multiplication des voyages et des immigrations, mêlant découvertes et exils . Les cultures s'enrichissent mutuellement, et l'action culturelle qui en découle participe de l'harmonisation sociale.
- La structuration de la société évolue : de nouveaux territoires et de nouvelles organisations, collectives d'un nouveau type se créent ; de nouvelles préoccupations, de nouveaux besoins, du côté des citoyens et des institutions, émergent.

De nouveaux outils sont nécessaires, à la fois pour mettre en relation ces différents niveaux, pour mettre en œuvre les projets, gagner de nouveaux publics : nouvelles compétences, connaissances plus pointues, capacité à faire naître des partenariats croisés entre instances relevant de logiques différentes, etc. apparaissent dans le champs artistique et culturel.

Ce que différents acteurs (artistes plasticiens, responsables d'entreprises culturelles) ont traduit, dans les réunions du CODEV, par : " nous avons l'ambition et la créativité pour ouvrir

de nouvelles voies, pour réaliser ces objectifs, nous avons besoin de compétences pointues pour nous accompagner, et non pas de CES ou d'emplois-jeunes. Nous savons quelles compétences, mais nous n'avons pas les moyens de nous les payer. Il pourrait être envisageable de mutualiser certains postes entre plusieurs structures de champs proches, car nous n'avons pas forcément toujours besoin de ces aides à plein temps”.

3 – PRÉCONISATIONS

M'appuyant sur mes compétences, une expérience diversifiée dans le domaine, et une bonne connaissance des enjeux que doivent affronter des associations de plasticiens du XXème arrondissement, des problèmes et potentialités repérés en leur sein, je considère qu'une solution de mutualisation de certains services est pertinente.

L'ingénierie culturelle est jusqu'ici réservée à des projets institutionnels d'envergure nécessitant des études lourdes. Or les besoins mis à jour dans le secteur artistique et culturel relèvent de cette logique, avec une envergure moindre. Cependant, la satisfaction de ces besoins est vitale pour le secteur, ainsi que pour les institutions en charge de répondre aux besoins des citoyens (artistes et publics).

Je propose **une mission expérimentale d'ingénierie culturelle**, qui pourrait être accompagnée par la Mairie de Paris, avec les contenus suivants :

PUBLIC : les associations d'ateliers d'artistes du Xxème arrondissement(AAB, ateliers du Père Lachaise, Ateliers de Ménilmontant, La Forge, La Ferronnerie du Guignier)

OBJECTIFS

- repérer les synergies possibles entre les différentes associations dans le secteur des arts visuels, permettant de consolider et développer leurs activités, et de les inscrire dans les réseaux nationaux, européens, et internationaux de l'art
- décrire l'impact de cette consolidation sur la vie de la cité
- décrire les implications possibles de ces choix en termes de mutualisation d'outils et/ou de postes pour les associations artistiques et culturelles
- proposer un modèle de fonctionnement, sur 3 ans, dans la perspective d'une pérennisation, et établir un budget prévisionnel, en adéquation avec l'économie culturelle
- désigner les axes susceptibles de s'inscrire dans une politique culturelle municipale

CONTENUS :

- Cerner les potentialités repérées par les artistes eux-mêmes ou en faire émerger d'autres, en matière de présence artistique dans la cité.
Nota : l'intervention de la SEMAEST sur le quartier Belleville Amandiers a d'ores et déjà permis de démarrer une réflexion sur la place de l'art dans la dynamique économique, sociale et culturelle du quartier
- rechercher des voies possibles pour une plus grande autonomisation économique du secteur artistique et culturel (marché de l'art et activités annexes)
- repérer les besoins spécifiques de chaque association en matière de suivi des actions, d'administration, de gestion, de diffusion
- proposer des outils de gestion à mettre en place dans chaque structure, ainsi que les outils communs, et les modes de management y afférent

L'étude validée pourrait être adaptée et reproduite à d'autres quartiers et secteurs, avec la même ambition : rapprocher les artistes & acteurs culturels, les rouages institutionnels, et les attentes du public potentiel, pour appuyer le développement et le rayonnement du secteur artistique à Paris, dans le cadre de nouveaux enjeux.

Note pour la mise en place d'un concours de création d'entreprises culturelles innovantes

Le contexte

- 1- Le secteur des industries culturelles est l'un des secteurs d'emploi importants de Paris, mais il semble aujourd'hui plafonner.
- 2- L'offre y est supérieure à la demande, et l'offre potentielle, liée au désir d'engagement artistique de nombreux parisiens, est encore supérieure à l'offre actuelle,.
- 3- La consommation de biens et services culturels semble difficile à étendre durablement. Elle est étroitement liée au succès, aléatoire, des offres de spectacles, de biens et de services traditionnels.
- 4- La communauté artistique et culturelle, fragilisée par son statut, engagée dans la création artistique, peine à imaginer et à construire de nouveaux débouchés pour ses activités. Par ailleurs, sa culture la dispose peu à créer des entreprises rentables, pérennes et génératrices d'emploi.
- 5- Pourtant, persiste le sentiment qu'il existe un gisement d'offres non couvertes et d'idées de création d'entreprises prometteuses (service théâtral pour animer des mariages, recours aux artistes plasticiens pour la communication visuelle, etc.).
- 6- Il existe donc à Paris un gisement non exploité de services et d'emplois culturels.

La proposition

Dans ce contexte, la Ville peut susciter, identifier et accompagner les projets potentiels par le biais d'un concours de création d'entreprises culturelles innovantes, sur le modèle du concours qu'avait mis en place le Ministère de l'Education nationale, qui a permis l'émergence de plusieurs acteurs sérieux du marché du numérique éducatif. L'organisation d'un tel concours permettrait, pour un budget modeste, voire avec des capitaux privés :

- 1- de marquer la détermination de la Ville à créer des emplois et à marquer son statut de capitale de la création ;
- 2- de faire émerger des projets et des porteurs de projets innovants ;
- 3- au cours du processus, de les aider à affiner et à structurer leurs projets ;
- 4- au cours du processus, de leur faire rencontrer des professionnels du secteur, des artistes, mécènes et investisseurs ;
- 5- de décerner aux lauréats un fonds d'amorçage leur permettant le démarrage concret de leur activité, un accès privilégié aux outils d'aide mis en place par la Ville (pépinières), l'accès aux marchés publics de la Ville et une notoriété qui favorisera leur démarrage.

Eléments d'organisation

- 1- Les prix décernés, qui consistent en un fonds d'amorçage, pourront éventuellement être fournis par des investisseurs, privés ou public, qui accepteront de parrainer l'opération et d'investir en fin de processus sur les projets retenus. Ce parrainage peut être obtenu auprès d'investisseurs institutionnels, ou, éventuellement, auprès de fonds d'investissement de création récente en quête de nouveaux débouchés.
- 2- le fonds d'amorçage n'a pas besoin d'être extrêmement important. Il suffit que le prix, ajouté aux accès aux autres aides, à la notoriété apportée par le concours, et aux rencontres réalisées au cours du processus, soit incitatif. Un premier prix de 50 000 euros et deux accessits de 20 000 euros semblent suffisants.
- 3- L'instruction initiale des dossiers peut sans doute être confiée, après partenariat, à des organismes publics (ANVAR Ile de France, CRITT, ou peut-être même CNC / RIAM).
- 4- La composition du jury doit répondre aux deux objectifs : prestige et utilité pour les porteurs de projets. Le jury comprendra donc des professionnels reconnus (entrepreneurs, responsables de sociétés installées), des investisseurs, des artistes. Le concours pourra être considéré comme réussi si les contacts noués à l'occasion de l'instruction des dossiers débouchent sur des accords bilatéraux.

- 5- Il sera demandé au jury d'être particulièrement attentif au caractère innovant des modèles économiques et culturels proposés par les porteurs de projet ainsi qu'au potentiel de création d'emplois des projets.
- 6- La remise des prix sera solennisée et donnera accès aux lauréats, comme à d'autres projets, à des ressources « presse ».

Pour un mécénat mutualisé à Paris

■ Plusieurs préoccupations ressortent de la réunion organisée par le CODEV sur le mécénat à Paris :

- Les **structures et associations culturelles** parisiennes ont **besoin de financements** pour animer et développer leurs sites et leurs activités
- Les **entreprises connaissent mal le mécénat** :
 - les **petites entreprises** ont le sentiment de ne **pas en avoir les moyens**
 - dans un contexte économique difficile, le **mécénat est considéré comme un luxe** ou une dépense somptuaire, la "danseuse du Président"
- Les **entreprises mécènes** aujourd'hui veulent un véritable **retour sur investissement**
- La **Ville de Paris souhaite susciter la création d'emplois culturels**, notamment par le biais du développement du mécénat à Paris ; elle souhaite informer les entreprises sur le mécénat, relayant ainsi à l'échelle de la ville l'action menée au niveau national par le Ministère de la Culture.

► Pour répondre à ces préoccupations et ces besoins, on peut envisager de constituer un système de *mécénat « mutualisé »* :

- en créant une **association (ou agence de développement) au sein de la Mairie de Paris**
- qui fonctionnerait grâce à un **système de mutualisation des apports financiers** des entreprises, pour contribuer à des **actions de mécénat communes**, associant **promotion du mécénat** et **actions de médiation culturelle** autour d'un "**label Paris**"

■ **Composition de l'association (ou agence de développement) :**

- **Des adhérents mécènes : entreprises parisiennes grandes et petites** qui financent, par le biais de leurs cotisations ou d'un « ticket d'entrée », le fonctionnement et les actions de cette association de mécénat. Les adhérents mécènes forment le « **comité de parrainage** » de l'Association. Ils signent une charte et reçoivent le **label « Paris »**.

- **Des adhérents acteurs culturels** : structures, associations, lieux culturels parisiens, importantes ou modestes.
- **Des salariés** : une équipe de **chargés de promotion** et de **chargés de médiation**, postes financés par les cotisations des adhérents.

■ **Forme de participation des adhérents :**

Les **entreprises** peuvent cotiser de deux façons :

- soit par un **apport financier**
- soit, pour celles qui n'en ont pas les moyens, par un **apport sous forme de prestation de services** (prêt de matériel, don d'ordinateurs...) ou de **compétences** (aide à la comptabilité, conseil juridique, etc.)

Les **acteurs culturels** contribuent sous une autre forme à l'action de l'association :

- par une **cotisation assez modeste**
- par le biais de **prestations et animations** proposées, en retour de leur soutien, **aux entreprises mécènes** de l'association (voir ci-dessous).

Les apports et contributions de chacun doivent être **évalués et définis dès l'adhésion**, et peuvent être **renforcés par la suite** par signature de conventions ponctuelles.

■ **Les chargés de promotion de l'association ont quatre tâches essentielles :**

1/ Créer et diffuser un document de présentation et de promotion des sites culturels et des entreprises "labellisés", à destination du grand public

- Diffuser ce document vers :
 - les **clientèles touristiques**, par le biais du Comité Régional du Tourisme, du Comité Départemental du Tourisme et des offices de tourisme de Paris,
 - les **Parisiens**, par le biais d'une action suivie vers la **presse locale** : *Ici Paris, 20 minutes, Métro, A nous Paris, Télérama-Sortir*, etc.
 - les **internauts**, par le biais d'une page web sur le site de la Mairie
- Mettre à jour régulièrement le document.

2/ Créer et diffuser un document de communication sur le mécénat, à destination des grandes entreprises, des PME et PMI parisiennes (avec le soutien éventuel de l'Admical)

- Contenu du document :
 - **Présentation des avantages** liés à la **réforme du mécénat** et de ses incitations fiscales
 - **Explication de l'intérêt** du mécénat pour l'entreprise : image, prestige, culture d'entreprise, implication des salariés, etc.
 - Présentation de l'action de l'Association, du label, et **proposition d'adhésion**
- Diffuser ce document aux entreprises prospectées ; par exemple par le biais de la **Chambre de Commerce et d'industrie de Paris**.

3/ Créer et diffuser un document de communication à destination des sites culturels parisiens

- Présentation des **avantages et modalités du mécénat** pour une structure culturelle
- Présentation de l'action de l'association, du label, et **proposition d'adhésion**.

4/ **Organiser et animer**, pour les entreprises et les sites culturels adhérents et prospects, **des réunions d'information sur le mécénat**, des conférences et des ateliers à Paris.

■ **Les chargés de médiation, financés essentiellement par les entreprises adhérentes, sont détachés par roulement auprès des sites culturels pour :**

1/ Participer à l'animation et au développement culturel des sites adhérents, **en partenariat étroit avec les responsables des sites :**

- création de **documents de visite**, de kits pédagogiques, etc.
- **visites guidées**, présence ponctuelle sur place, accueil de groupes
- organisation **d'ateliers, de conférences, de rencontres...** réunissant plusieurs structures culturelles adhérentes autour d'une thématique ou d'un événement.
- les **entreprises adhérentes sont associées** à ces animations.

2/ Développer au sein des sites **et en partenariat avec leurs responsables**, des actions culturelles privilégiées pour les entreprises adhérentes :

- animation de **visites, conférences et rencontres privilégiées pour les salariés des entreprises** et éventuellement leurs familles, sur place ou dans les bureaux
- organisation d'**événements de prestige pour l'entreprise** au sein des structures culturelles adhérentes.

■ CONCLUSIONS - Avantages de cette solution :

▪ Pour les structures culturelles adhérentes :

- les sites **développent leur offre** et leurs activités grâce aux animateurs de l'association
- ils bénéficient d'une **meilleure visibilité** à Paris, grâce aux actions de communication menées par l'association vers la presse et les institutions touristiques parisiennes
- ils peuvent **bénéficier**, en fonction des liens qui se créent avec certaines des entreprises adhérentes, des **compétences** et du **conseil de professionnels** de tous secteurs.

▪ Pour les entreprises adhérentes :

- toute entreprise, même modeste, peut devenir mécène grâce à la **mise en commun de contributions financières** pour le soutien et la réalisation de projets culturels
- les entreprises **accroissent leur visibilité** à Paris, grâce au **label "Paris"** et aux actions de communication menées par l'association à travers la presse parisienne.
- le **label** leur apporte une **image prestigieuse**, celle d'une "**entreprise citoyenne**", "**citadine**".
- les **acteurs de l'entreprise** (direction, salariés) participent à une œuvre commune ; ils **renforcent leur cohésion interne** autour de thématiques et de projets culturels qui **les lient à leur ville**. Ils s'enrichissent des actions menées pour eux par les chargés de médiation.
- l'entreprise crée ou renforce sa "**culture d'entreprise**".

▪ Pour la Ville de Paris :

- la Ville **participe à la création d'emplois culturels** grâce à la création de plusieurs postes au sein de l'association (les chargés de promotion et chargés de médiation)
- la Ville **contribue à renforcer les liens entre culture et entreprises à Paris**
- les **structures culturelles** qu'elle accueille dans ses murs à travers l'association **bénéficient de soutiens qu'elle n'aurait pu leur apporter à elle seule**
- la Ville, par le biais des actions de l'association, **contribue à l'effervescence et à la créativité culturelles de Paris**.

Gilles CASTAGNAC

Directeur IRMA - Centre d'information et de ressources pour les musiques actuelles

8 juin 2004

2 concernent la "proximité" :

- le dispositif emploi-jeunes a été extrêmement important dans le champ des musiques actuelles (très associatif). Une analyse "nationale" particulièrement riche a été effectuée. Ces travaux sont accessibles sur le site dédié : <http://www.emploisjeunes-musique.org> (réalisé par l'Agence Opale - Paris XIII). Les collectivités territoriales sont évidemment concernées, y compris pour la "sortie" du dispositif.

- toutes les observations que nous pouvons mener démontrent le sous-équipement de la Ville de Paris en matière de studios de répétition. Les groupes doivent souvent aller en banlieue, l'offre parisienne (privée ou public) présentant le plus mauvais ratio national.

la troisième est plus "générique" :

- globalement, les acteurs présents sur le territoire parisiens (clubs, studios répét, associations, magasins, labels, écoles, etc...) sont très mal identifiés "localement". D'autres capitales européennes se sont dotées de ce type de guides (non pas sur la programmation, mais plus sur des thèmes du genre : "Vivre jazz à ..." ou "Branchez vous électro à ..."). Ce type d'outil de valorisation permettant de réunir les énergies manque.

Cordialement,

Gilles CASTAGNAC

SOLEIL VERT PRODUCTION
Association audiovisuelle
23 rue Henri Barbusse
75005 PARIS

Paris, le 09/06/2004

LES EMPLOIS CULTURELS

Idées et réflexions sur les actions à mener à Paris

Par Charlotte Roustang
Présidente de Soleil Vert Production

SOMMAIRE

INTRODUCTION	150
Objectif du document.....	150
Méthode de construction du document.....	150
Priorité de réflexion dans ce document	150
Au delà de ce document	151
I/ Soutenons en priorité les jeunes artistes et jeunes producteurs	151
1.1 Le jeune artiste : un acteur prioritaire parmi les ressources humaines	151
1.1.1 Pourquoi aider prioritairement l'artiste ?	151
1.1.2 Pourquoi aider spécifiquement le jeune artiste ?	152
1.2 Le jeune producteur : un acteur prioritaire de la vie économique du secteur culturel.....	153
II / Sachons tirer profit des expériences réussies chez nos voisins européens	153
2.1 Berlin et Barcelone : deux villes qui rayonnent culturellement et qui se font échos !.....	154
2.2 Expériences à retenir de l'Allemagne et de Berlin	154
2.2.1 Avec ou sans grande ressource, il est facile de se loger et de vivre à Berlin ..	155
2.2.2 Les formations artistiques publiques en Allemagne sont conçues pour professionnaliser	157
2.2.3 Le secteur culturel allemand est beaucoup moins fermé qu'en France.....	162
2.2.4 Art organisé et art anarchique, à chacun son public, à chacun son mode de diffusion	163
2.2.5 L'Allemagne et sa capitale encouragent ses jeunes talents	164
III/ Améliorons les conditions de formation aux métiers artistiques	166
3.1. Arrêtons les discriminations entre les établissements de formation	166
3.2 Renforçons les formations artistiques universitaires.....	167
3.3 Offrons l'accès à l'art aux étudiants en Art à des tarifs accessibles	167
IV/ Créons un centre de ressources et d'orientation aux jeunes artistes.....	168
<i>Le projet d'une plate-forme régional d'incubation artistique</i>	<i>168</i>
4.1. Des jeunes artistes motivés mais démunis d'informations et de moyens	168
4.1.1 La prise au sérieux de leur projet artistique en leur donnant une véritable première chance.....	168
4.1.2 Des conseils d'orientation ciblés et aussi la connaissance des rouages de leur secteur.....	168
De même, un jeune qui démarre doit pouvoir être mis en relation avec des professionnels établis et ciblés qui pourraient avoir un rôle de « mentor » pour les aider à se lancer, à pénétrer le secteur professionnel. Il existe de nombreux professionnels très expérimentés qui sont prêts à transmettre leurs connaissances aux jeunes	170
- soit parce qu'ils approchent de la retraite, qu'ils ont réussi leur parcours professionnel et qu'ils ont envie de transmettre ;.....	170

-	soit parce que ce sont des professionnels déjà expérimentés qui cherchent à compléter leurs équipes en prenant sous leur tutelle de jeunes qu'ils vont former..	170
4.1.3	Les moyens matériels et humains de réaliser leur première œuvre :	170
4.1.4	des compléments de formation gratuits si nécessaire	171
4.1.5	Les moyens de diffuser leur première œuvre et de communiquer sur cette diffusion	173
4.2.	La solution à tous ces besoins : une plate-forme d'incubation artistique publique	173
4.2.1	Un Service Accueil-Orientation	174
4.2.2	Un Service Hébergement :	174
4.2.3	Un Service Emploi	174
4.2.4	Un Service Création de projet :	175
4.2.5	Un Service Financement de projet :	175
4.2.6	Un Service Lieux de Diffusion :	175
4.2.7	Un Service Communication de projet :	176
ANNEXES		178
Qui suis-je et sur quelles expériences je base ma réflexion ?		178
Contacts		178

INTRODUCTION

Objectif du document

En tant que "jeune réalisatrice en voix d'insertion professionnelle", développer l'emploi dans le secteur culturel à Paris me concerne directement. C'est pourquoi j'ai participé à deux réunions du CODEV sur ce thème, l'une à la Maison des Initiatives Etudiantes, l'autre à la Mairie de Paris.

Comme je ne pourrai pas participer à la prochaine réunion à la Maison des Initiatives Etudiantes le 16 juin, j'ai réuni à travers ce document différentes idées et réflexions.

Méthode de construction du document

Le texte qui suit est une forme de brainstorming personnel, rédigé dans mon temps libre (le soir) et basé sur ma propre expérience du secteur culturel. A la lecture de celui-ci, je vous remercie de garder cela en tête. Ce n'est pas un rapport d'audit objectif réalisé par un consultant qui y consacre tout son temps. Il est donc possible que je me trompe sur certains points. Et bien entendu les idées exposées sont discutables et à affiner.

De même, j'ai essayé au maximum de réfléchir pour toutes personnes en voix d'insertion dans le secteur culturel. Par contre, pour illustrer mon propos, j'ai bien entendu plus souvent pris des exemples tirés de ma propre expérience, donc majoritairement du secteur audiovisuel et cinématographique.

Concernant les propositions d'action, j'ai essayé de traiter le sujet dans sa globalité mais comme je suis consciente qu'on ne pourra pas résoudre tous les problèmes demain, même si toutes les idées sont bonnes à prendre, j'ai pris le parti de mettre en avant les actions qui me semblaient prioritaires.

Enfin, dans ce document, je cite quelques organismes et personnes clé que je connais et qu'il serait judicieux de contacter pour votre travail. Si vous décidez de vous entretenir avec eux effectivement (à moins que cela ne soit déjà fait), sachez que je n'ai absolument pas informé ces personnes de l'existence de ce document ni même du fait que je les citais. Il vous faudrait donc tout d'abord leur présenter l'objet de votre prise de contact.

Priorité de réflexion dans ce document

Il est évident qu'il faut répertorier au maximum tous les problèmes couramment rencontrés par n'importe quelle ressource humaine qui cherche à créer son revenu en travaillant dans le secteur culturel. J'ai bien entendu visé cet objectif, mais j'ai pris le parti de m'attarder sur des actions ciblées sur les jeunes artistes.

Par ailleurs, il me semble que le problème majeur du secteur culturel provient d'une offre supérieure à la demande :

- trop d'offreurs de produits culturels pour pas assez de consommateurs de produits culturels;
- trop de travailleurs potentiels (artistes, techniciens) du secteur culturel pour pas assez d'emplois réels.

Cela ne signifie pas pour autant que les besoins n'existent pas mais peut-être tout simplement que certains offreurs n'arrivent pas à rencontrer leurs demandeurs. De même, cela ne signifie pas qu'il n'est pas possible de créer de nouveaux besoins pour accroître la demande.

Afin de répondre à la question « comment développer l'emploi dans le secteur culturel à Paris ? », il m'a donc paru intéressant, tout au long du document de réfléchir à travers les questions suivantes :

Quelles actions possibles pour que les besoins existants soient mieux satisfaits ?

- Quelles actions pour que l'offre et la demande existantes de « produits » culturels se rencontrent mieux à Paris ?
- Quelles actions pour que, du côté de l'offre, les employeurs du secteur culturel ayant besoin d'employés rencontrent mieux les travailleurs parisiens potentiels du secteur culturel ?

Quelles actions pour créer de nouveaux besoins ?

- Quelles actions pour développer la demande de produits culturels sur Paris ?
- Quelles actions pour développer de nouveaux besoins d'employer des travailleurs potentiels parisiens du secteur culturel ?

Au delà de ce document ...

Comme je vous l'ai déjà signifié, ce document est basée sur ma propre expérience du secteur culturelle et l'observation d'expériences d'amis jeunes artistes.

Ma réflexion reste donc très subjective. C'est pourquoi, pour compléter ma démarche, notamment au sujet de l'insertion des jeunes artistes, je vous recommande de prendre contact avec des interlocuteurs qui connaissent bien les jeunes artistes depuis de nombreuses années, à savoir par exemple les conseillers du Centre de Ressources d'Information et de Communication de la Direction régionale et départementale de Paris – Ile de France du Ministère de la Jeunesse, des Sports et de la Vie associative.

Ces personnes sont confrontées en permanence à la problématique de l'insertion des jeunes artistes puisqu'ils conseillent chaque année, dans le cadre de la Bourse du Défi-Jeunes, de nombreux porteurs de projets artistiques âgés de 18 à 28 ans. (cf. les contacts et coordonnées en annexes).

Par ailleurs, pour les questions spécifiques à l'insertion dans l'audiovisuel, je vous invite également à consulter le Hors Série Formation Professionnelle (Mai 2004) du magazine « Le Technicien du Film ». Ce guide, réalisé grâce au soutien de l'ANPE Spectacle, répertorie l'ensemble des formations possibles ainsi que les aides publiques pour financer ces formations.

I/ Soutenons en priorité les jeunes artistes et jeunes producteurs

Tout le monde sait que Paris ne s'est pas construit en un jour. Et pourtant il faut bien commencer par poser les premières pierres. Pour initier les actions de développement de l'emploi dans le secteur culturel, il me paraît prioritaire de soutenir les jeunes artistes et les jeunes sociétés de production. Essayons de comprendre pourquoi.

1.1 Le jeune artiste : un acteur prioritaire parmi les ressources humaines

Je suis bien consciente qu'il faut aider toutes les ressources humaines potentielles du secteur culturel (les artistes, les techniciens, le personnel de production, le personnel de diffusion, etc...) ainsi que tous les artistes (jeunes et moins jeunes) car ils forment tous les maillons d'une chaîne qui peut se casser si un seul des maillons est faible ou manquant.

1.1.1 Pourquoi aider prioritairement l'artiste ?

D'une part, parce qu'il me semble que, sans les artistes, tous les autres maillons de la chaîne ne peuvent pas exercer leur compétence dans le domaine artistique. Cela me paraît donc logique, si il faut donner une priorité, d'aider ceux qui ont l'initiative des projets car c'est grâce à leurs projets que des besoins en ressources humaines se créent et que, quand ces projets rencontrent un public, ils créent de la valeur économique. Par exemple, le Festival off d'Avignon crée non seulement de l'emploi dans le secteur culturel mais génère aussi un tourisme culturel extrêmement important qui permet d'enrichir tous les commerçants de la région.

D'autre part, parce que les techniciens et le personnel de production n'engagent pas le même risque que l'artiste. Dans la majorité des cas (excepté dans le bénévolat et dans les contrats de participation), ces personnes créent leur revenu en vendant leur compétence pour un travail défini et pendant un temps défini à un employeur qui leur garantit en échange un revenu, que le projet connaisse un succès économique ou non.

De plus, ces personnes peuvent travailler sur plusieurs projets et pour plusieurs employeurs. Donc, même si ils ont des difficultés à trouver du travail, ils peuvent toujours en trouver et leur revenu est sûr quand ils fournissent le travail demandé.

Tandis que l'artiste crée son propre revenu en créant son propre travail. Il ne peut compter que sur lui-même et il n'est pas du tout certain qu'il dégagera un revenu de son travail. Il est aussi fragile que l'entrepreneur, et même encore plus car il fonde son risque sur la création d'une œuvre artistique, et non sur la fabrication d'un produit économique dont le but est de répondre à une demande. L'artiste prend donc le risque maximum. Il partage ce risque quand il est soutenu par un producteur.

1.1.2 Pourquoi aider spécifiquement le jeune artiste ?

J'entend par l'expression « jeunes artistes », non pas des artistes âgés de moins de 30 ans, mais des artistes qui n'ont pas encore réalisé une seule œuvre dans des conditions professionnelles, une œuvre qui peut leur servir de carte de visite pour la suite.

Excepté les artistes nés de familles d'artistes (personnes dont je ne parlerai pas dans ce document), si l'on se penche sur le parcours typique d'un artiste, la phase de lancement est la pire des situations. C'est celle où l'artiste est le moins aidé et pourtant celle où l'artiste doit faire toutes ses preuves.

Tout d'abord, le jeune artiste n'a personne sur qui compter pour partager le risque de sa première œuvre. Quasiment aucun producteur ne s'engage à soutenir un artiste qui n'a jamais réalisé une seule œuvre.

Le jeune artiste auto-produit dans la majorité des cas sa première œuvre. Et pour ce faire, sauf si cette première œuvre ne lui demande pas un investissement matériel important, le jeune artiste doit trouver des subventions et diverses aides publiques ou de fondations.

Or, la plupart des aides existantes sont majoritairement destinées à aider les artistes ayant déjà réalisé quelques œuvres et qui n'arrivent pas à décoller professionnellement. Il est bien entendu normal d'aider ces personnes quand leurs réalisations existantes témoignent d'un réel potentiel, d'une démarche artistique forte et que cet art est susceptible de rencontrer un public, donc de leur procurer du travail régulièrement. D'autant plus quand ces artistes « galèrent » depuis des années pour se faire connaître car il leur a manqué jusqu'ici le coup de pouce nécessaire.

Mais il faut également créer des aides pour donner la première chance aux jeunes artistes afin qu'ils réalisent leur première œuvre. Ainsi équipé d'un démonstrateur de leur talent, ces artistes pourraient alors se présenter au monde professionnel (les producteurs par exemples). Si ce premier travail a été probant, si il a permis de dégager les prémices d'un talent potentiel, les professionnels le remarqueront et pourront accepter de prendre le risque de miser sur ce jeune artiste en produisant sa seconde œuvre. Si cette œuvre fonctionne, l'artiste sera lancé et ne pourra plus qu'avancer.

Si les jeunes artistes étaient ainsi aidés pour leur première œuvre, cela éviterait que la première catégorie d'artistes citée plus haut soit aussi nombreuse (les artistes déjà expérimentés qui peinent à décoller).

Il me paraît donc essentiel de donner la priorité désormais aux jeunes artistes, d'enfin leur donner une première chance.

Bien entendu, cela ne signifie pas aider n'importe quel jeune qui se veut « artiste ». Le jeune doit bien entendu répondre à certains critères (à définir) témoignant de sa motivation et de sa démarche artistique. De plus, les dispositifs à créer doivent être réservés à donner une première chance et non une seconde. Ainsi, le jeune profitant de dispositifs d'aide « de la

première chance » a une obligation de résultat en quelque sorte. Cela signifie qu'on ne l'aidera que pour sa première œuvre et pas pour la seconde (ou pas au travers de ces dispositifs là). Il doit donc vraiment profiter de cette chance pour concrétiser une œuvre artistique probante qui lui permettra de démarcher le secteur professionnel car il n'aura qu'une seule fois accès à ce dispositif de la première chance.

1.2 Le jeune producteur : un acteur prioritaire de la vie économique du secteur culturel

Si on découpait le secteur culturel en deux parties, on pourrait y voir une partie minoritaire qui est constituée des grosses productions culturelles, et l'autre partie majoritaire qui rassemble les petites structures indépendantes et innovantes.

Les grosses entreprises culturelles ont les moyens de produire, de communiquer et la reconnaissance des lieux de diffusion pour distribuer leurs produits. C'est pourquoi ces structures rencontrent assez facilement la demande et continuent de poursuivre leur activité.

Il ne faut surtout pas nier ces grosses organisations culturelles car elles fournissent du travail, produisent de la richesse de manière régulière et font en grosse partie l'image de l'activité artistique française à l'international, via leurs exportations de produits culturels français.

Cependant, ces entreprises ne satisfont pas à elles seules toute la demande de produits culturels et ne procurent pas non plus des emplois à tous les travailleurs potentiels du secteur culturel.

Par ailleurs, l'art a besoin de se renouveler pour continuer à exister. Et il ne semble pas que ces grosses structures financières soient aussi les plus grosses structures d'expérimentation artistique. Ce sont plus souvent les petites ou les jeunes structures qui prennent le risque d'innover ou de lancer des jeunes talents.

L'innovation artistique est bien souvent intéressante commercialement qu'à long terme. Par souci de rentabilité, les grosses structures ont donc plus tendance à favoriser les productions rentables immédiatement, c'est à dire celles sur lesquelles elles sont sûres de faire des bénéfices, donc des productions qui font appel à des techniques, des artistes ou des sujets d'expression connus et appréciés du public depuis longue date.

Bien entendu, ces grosses structures tentent de temps à autres quelques initiatives isolées mais quel en est l'objectif (intérêt réel pour encourager l'innovation artistique ou coup de publicité pour l'image de l'entreprise) et quel artiste encourage-t-on ?

Comme elle ne peut pas challenger les grosses productions culturelles sur les mêmes produits et sur les mêmes marchés, la jeune société de production va se positionner sur des secteurs plus en marge, des créneaux qui ne sont pas pris par les grosses productions culturelles, c'est à dire soit des niches (des formes d'art très spécifiques et/ou des artistes spécifiques), soit des stratégies d'innovation (arts nouveaux et/ou nouveaux talents).

⇒ ***C'est pourquoi il me semble essentiel que la Mairie de Paris concentre ses efforts sur le soutien aux petites organisations culturelles indépendantes, aux organisations qui lancent de jeunes artistes et aux initiatives en marge (art expérimental, ...).***

II / Sachons tirer profit des expériences réussies chez nos voisins européens
--

Avant de s'interroger sur notre secteur culturel français et notamment celui de Paris, je me suis tout d'abord fait la remarque suivante : qu'est-ce qui est fait chez nos voisins européens et ne serait-il pas intéressant de connaître et analyser les expériences réussies chez les autres pour enrichir notre réflexion ?

Bien entendu, il ne s'agit pas d'adopter un comportement d'uniformisation avec nos voisins – la culture étant l'un des modes forts d'identification d'un pays – mais tout simplement de voir si certaines de leurs actions peuvent être repensées et adaptées ici pour justement encore mieux marquer notre identité culturelle.

Il faudrait faire une véritable étude auprès de ces pays pour avoir une information complète et objective. En attendant, je vous fais part ci-dessous de mes expériences à l'Etranger afin d'en tirer des premières pistes de réflexion et des idées.

2.1 Berlin et Barcelone : deux villes qui rayonnent culturellement et qui se font échos !

Lors de mes différentes rencontres avec des jeunes du monde entier, j'ai souvent noté qu'en Europe, Paris n'était pas leur première destination quand ils avaient un besoin de nourriture culturelle.

Cela m'a intrigué car je pensais « Paris, la ville la plus touristique du monde. », « Paris, ville très cosmopolite », « L'exception culturelle française ».

En les interrogeant et en voyageant moi-même, j'ai compris par exemple que Berlin et Barcelone étaient des villes extrêmement dynamiques au niveau des initiatives artistiques et des animations culturelles, et qu'elles étaient internationalement reconnues comme telles. Certains les qualifie d'ailleurs « d'avant-gardistes » tellement on y trouve une recherche artistique omniprésente. Phénomène que la France a pu connaître au niveau de la création cinématographique dans l'aire de la Nouvelle Vague.

A l'inverse, Paris est souvent qualifiée de « ville conservatrice ». Bien entendu Paris attire toujours beaucoup de touristes pour sa beauté, ses monuments, son aspect poétique et de ville romantique, sa mode (et encore, ce n'est plus aussi vrai), et ses grands musées avec de nombreuses œuvres des artistes les plus célèbres !

Mais est-ce que ce tourisme culturel « classique » attire toutes les populations, répond aux besoins de nourriture culturelle de tous et enfin génère suffisamment d'emplois et de valeur économique pour toutes les ressources humaines du secteur culturel parisien ? Il est clair que Paris ne semble plus aussi reconnue aujourd'hui par les jeunes du monde entier pour sa grande innovation artistique et son dynamisme culturel. Ne devrait on pas concentrer nos efforts sur d'autres formes de création et de diffusion pour répondre à toutes les demandes ?

Paris n'est pas non plus une ville pauvre en terme d'animations culturelles. Mais, il me semble que ces animations ne se voient pas assez et ensuite il est vrai qu'il semble y en avoir quand même plus ailleurs, ou qu'elles sont plus insolites donc plus marquantes. Ce n'est pas parce qu'une ville possède de grands musées réputés internationalement que cette ville va être reconnue comme une ville dynamique au niveau artistique.

Essayons de voir en détail les raisons de ce phénomène. Je prendrai comme exemple Berlin, ville dont je peux parler car je suis partie y vivre deux ans pour démarrer professionnellement dans le secteur du Cinéma.

2.2 Expériences à retenir de l'Allemagne et de Berlin

Regardons en détails les quelques points qui me semblent faire de la capitale de l'Allemagne une ville reconnue dans le monde entier pour son dynamisme artistique et voyons comment la Mairie de Paris peut s'en inspirer pour finalement développer l'emploi dans son secteur culturel.

2.2.1 Avec ou sans grande ressource, il est facile de se loger et de vivre à Berlin

Pouvoir payer son loyer ne doit pas être le point discriminant qui fera que l'un deviendra artiste et pas l'autre. C'est uniquement le talent qui doit faire l'artiste, et secondairement la « commerciabilité » de ses œuvres pour qu'il puisse progressivement en vivre et même investir pour ses prochaines œuvres.

A Berlin, les loyers sont deux à trois fois moins élevés qu'à Paris et la sélection pour accéder à une location ne se fait pas sur des critères financiers. Ainsi, le jeune artiste, sans grande ressource matérielle mais doté de ressources créatrices, peut sans difficulté trouver un logement et arriver à le financer. Il peut même, sans se ruiner, louer un local (bureau, atelier) avec des amis pour développer des projets artistiques.

A Paris, si on n'a pas un mécène, famille ou autre, on est obligé, pour payer son loyer et le minimum vital, :

- soit de prendre un petit boulot qui n'a rien à voir avec le domaine artistique, au moins à $\frac{3}{4}$ temps pour gagner $\frac{3}{4}$ du SMIC et dans le $\frac{1}{4}$ du temps restant d'essayer de se concentrer sur son art et de développer des œuvres => ce qui est quasiment impossible,
- soit de se mettre au RMI et de vivre en collocation dans des surfaces étroites et pas toujours en très bon état, et de garantir, dans certains cas, à l'espace d'insertion attribué, de trouver un petit boulot autre qu'artistique...

Le serpent qui se mord la queue !

COMMENT LA MAIRIE DE PARIS PEUT ELLE AIDER ?

⇒ *En créant des logements sociaux spécifiques pour les jeunes artistes et/ou des foyers d'artistes.*

Ces logements devraient être proposés en priorité aux jeunes artistes en phase de lancement. Par exemple, ces logements pourraient être réservés aux personnes réunissant les conditions suivantes :

- aux jeunes artistes ayant un projet d'œuvre artistique concret et mature, qui peut être réalisé dans les prochains 24 mois

Ex : si c'est un jeune réalisateur qui souhaite réaliser un film, il doit être capable de présenter un scénario complet déjà bien abouti, même si ce scénario demande encore à être affiné.

- Aux jeunes artistes n'ayant pas encore eu une seule œuvre produite avec des moyens professionnels
- Aux jeunes artistes qui n'ont jamais bénéficié d'une aide pour produire leur œuvre
- Aux jeunes artistes qui témoignent d'une réelle vocation pour l'art qu'il développe : soit parce qu'ils sont diplômés d'une formation artistique qui a pour thématique majeure l'art en question, soit parce qu'ils ont déjà acquis au moins deux expériences professionnelles fortes dans le secteur artistique qu'ils visent (stages, emplois bénévoles, emplois rémunérés), soit parce qu'ils peuvent présenter un échantillon non

professionnel de leur talent mais qui atteste d'un certain potentiel. (etc...).

- Aux jeunes artistes qui peuvent justifier qu'ils ont vraiment besoin d'un logement social parce que leurs revenus n'excèdent pas un certain plafond.
- ????

A la sortie du logement, les artistes devraient pouvoir effectuer, via la Mairie de Paris, un bilan de compétences approfondi et spécifique à leur domaine d'activité.

L'habitation dans un tel logement devrait être limitée dans le temps, de façon à pouvoir donner la chance à chaque fois aux nouveaux artistes entrant. La sortie du logement devrait être conditionnée par exemple comme suit :

- L'artiste a réalisé son œuvre, trouvé un producteur pour sa seconde œuvre et a les moyens de vivre pour les 6 prochains mois.
- L'artiste a vendu sa première œuvre et a dégagé des bénéfices pour un montant supérieur à X euros (à définir), montant lui permettant de vivre pendant les 6 prochains mois et/ou de financer en partie sa seconde œuvre (par exemple).
- L'artiste renonce (momentanément ou définitivement) à son travail d'artiste et signe un CDI ou un CDD de plus de 4 mois à temps plein dans un métier différent que le métier d'artiste pour lequel il se préparait.
- L'artiste a vécu 24 mois dans le logement.
- ???

Si ces logements ou foyers pour jeunes artistes existent ou venaient à exister, il faut également que ces artistes en aient la connaissance. Donc une information via les établissements de formations artistiques, le CROUS, le CIDJ, les centres d'actions sociales des mairies d'arrondissement, les maisons de l'emploi, les ANPE, les espaces insertion du RMI et éventuellement une plate-forme d'incubation artistique publique (Je parlerai plus loin de ce dernier point).

Bien entendu avoir un loyer peu cher reste une charge à payer et à cela s'ajoutent les charges de vie minimum (nourriture, hygiène, santé, transport, moyens de télécommunication). Cela signifie que l'artiste doit tout de même avoir un revenu minimum. Cela peut être le RMI mais ce n'est pas le but de rester à la charge de l'Etat.

⇒ *En créant des emplois artistiques (en CDI, CDD, temps plein, temps partiel) dans le secteur publique pour les jeunes artistes.*

Afin de motiver l'artiste à gagner sa vie en travaillant et afin qu'il ne se décourage pas de sa vocation artistique, il devrait pouvoir trouver des petits boulots faisant appel à ses compétences et/ou connaissances artistiques et non se voir obligé de travailler dans des domaines qui n'ont rien à voir et qui lui font perdre son temps et son énergie morale.

Ainsi, la Mairie pourrait mettre en place des actions visant à aider les artistes à pouvoir trouver ces fameux petits boulots ciblés. En contrepartie, les jeunes artistes accepteraient des bas salaires car cela leur ferait du travail et ils seraient heureux qu'on fasse appel à eux pour ce qu'ils peuvent vraiment faire et pour leur donner la chance de mettre en œuvre leurs talents.

- Exemple : Un jeune réalisateur dans l'audiovisuel, qui a étudié le langage de l'image ou bien qui a déjà travaillé dans le domaine audiovisuel, peut tout à fait être capable de faire des interventions dans les écoles primaires pour éduquer les enfants à l'image (afin que ceux-ci soient conscients de ce qu'ils absorbent et qu'ils puissent avoir un discernement quant aux informations reçues). Cela existe déjà dans certains établissements scolaires mais cela peut être encore développé. De plus, même si ces emplois existent, comment les connaître, comment être informés des postes à pourvoir, etc ? Là encore, il faut rendre cette information accessible.
- De même, un jeune réalisateur ou un jeune photographe peut être placé sur des projets visant à enrichir le fond documentaire de la ville de Paris ...

2.2.2 Les formations artistiques publiques en Allemagne sont conçues pour professionnaliser

Les établissements de formation artistique allemands sont souvent universitaires, mais ils fonctionnent plus à la manière de nos grandes écoles françaises : les formations sont bâties dans le but que l'artiste devienne un professionnel actif après ses études. Ainsi, ces formations bénéficient d'une véritable reconnaissance par le secteur artistique et les journalistes.

Prenons l'exemple des formations audiovisuelles et cinématographiques :

En France, on a sûrement autant d'étudiants en cinéma qu'en Allemagne et le contenu de chaque cours enseigné est souvent de très bonne qualité. En Allemagne, de même que dans un seul établissement français, à savoir la Fémis, le contenu des cours est aussi de bonne qualité, mais en plus l'organisation de l'enseignement et des locaux, ainsi que la pédagogie et le choix des programmes sont réellement étudiés dans le but de garantir la professionnalisation d'un jeune.

Essayons de voir en détail ce qui est mieux réussi dans les établissements de formations universitaires allemands qui enseignent l'audiovisuel. Je me baserai sur mon expérience de travail pour un long métrage dans une coproduction avec l'université de cinéma D.F.F.B. (Deutsche Film und Fernseh Academie Berlin) à Berlin ainsi que mes recherches documentaires et le témoignage de collègues du secteur du cinéma sur plusieurs établissements allemands, tels que H.F.F. à Berlin et H.F.F. à Munich, Filmakademie Baden-Wurttemberg, etc.

- Des cours donnés aussi par des professionnels renommés

Tout d'abord, en Allemagne, des professionnels renommés (ex : de grands réalisateurs) interviennent très régulièrement et pour des séminaires de plusieurs jours dans les établissements de formation.

Il ne s'agit pas de dire que l'enseignement français n'est donné que par des théoriciens. Bien entendu, de nombreux professionnels interviennent pour donner cours. Mais l'intervention d'artistes ayant du crédit aux yeux des étudiants, de par leur forte expérience et la renommée de leur œuvre, viendrait fortement renforcer l'action pédagogique des autres intervenants et enseignants.

Ecouter un réalisateur, un comédien, un directeur de la photographie, un producteur (etc.) de renom, qu'on aime ou non son art, permet de mieux comprendre les clés de la réussite artistique professionnelle. Et c'est aussi très motivant.

Les étudiants français ont trop souvent à faire, lors des cours, à des professionnels qui eux mêmes ne savent pas comment décoller. Ils sont certainement intéressants et compétents mais ne motivent pas, voir tuent l'ambition. Ainsi, le jeune diplômé ne sait donc pas comment aborder le secteur professionnel et ne croit pas en ses chances de réussite. Du coup, cela crée des cas sociaux qui stagnent au lieu de se lancer.

- Un enseignement de haute qualité pour tous les étudiants

Comme à la Fémis, les étudiants sont recrutés d'après un mode sélectif (concours ou dossier), ce qui permet d'avoir uniquement des étudiants motivés. Cependant, il y a plus de places car il y a non seulement plusieurs établissements dans toute l'Allemagne mais il y a aussi plus de places qu'à la Fémis dans chaque établissement. Les recrutements sont donc plus accessibles même si ils restent sélectifs.

- Pour la petite anecdote, on y retrouve beaucoup de français ... des débrouillards bien renseignés qui ont été recalés au concours de la Fémis et qui étaient au courant de la qualité et l'accessibilité des formations allemandes. La fuite des cerveaux artistiques ...

- Un enseignement organisé sur le modèle du secteur cinématographique réel

Toujours dans le but de former de futurs professionnels actifs, ces établissements de formations audiovisuels allemands sont organisés comme l'est le secteur du cinéma dans le monde professionnel. Ainsi, on y retrouve un département de formation à l'écriture de scénario, un département de formation image, un département de formation production, un département de formation réalisation, etc... Les élèves de chaque département ont d'une part des cours en tronc commun afin d'acquérir une base de connaissances commune qui leur permettra de travailler ensemble plus tard, et d'autre part des cours dans leur spécialité.

De cette structuration de l'enseignement théorique modélisée sur la structuration du secteur professionnel, découle alors la possibilité de réaliser des expériences pratiques probantes. En effet, chaque jeune futur spécialiste d'un département est associé avec d'autres spécialistes des autres départements pour constituer l'équipe d'un projet cinématographique cohérent et ainsi participer à la réalisation d'un produit audiovisuel fini.

En France, cela fonctionne réellement ainsi que dans une seule école publique (la Fémis), mais absolument pas dans les établissements universitaires français. Dans ces derniers, bien entendu, les élèves, quand ils ont un projet pratique à faire, essaient de voir « à la débrouille » qui peut faire quoi. Mais ce n'est pas très fiable et cela peut mettre en péril l'aboutissement du projet.

- Une grande place à la pratique et à la réalisation de produits artistiques finis

Quel est le meilleur moyen pour un jeune réalisateur ou technicien du film de prouver qu'il est capable d'exercer son métier ? En montrant son diplôme ? Certainement pas ! Il lui faut une carte de visite, c'est à dire la possibilité de montrer un produit artistique fini qu'il a conçu et réalisé ou auquel il a fortement participé. Les formations allemandes l'ont bien compris et c'est la raison pour laquelle elles ont mis l'accent sur la pratique.

a) L'interaction formation – secteur professionnel :

Dans la plupart de ces établissements de formation allemands, il existe un Service Relations Entreprise qui aide les étudiants à trouver des stages, du travail, etc. Et ce type de service est en réelle interaction permanente avec le monde professionnel. Ainsi, un étudiant qui sort diplômé de l'une de ces écoles a de fortes chances de trouver un travail.

b) la réalisation de produits artistiques finis :

Si je reprend l'exemple de la Deutsche Film und Fernseh Academie Berlin (une des universités de cinéma à Berlin), l'établissement de formation a les moyens de permettre des expériences pratiques significatives à ses élèves afin que ceux-ci apprennent à travailler sur un projet d'une part et constituent un produit artistique fini (véritable carte de visite) d'autre part.

Cela signifie concrètement qu'il y a des budgets pour faire les films, du matériel de tournage et de post-production, des moyens de transport pour les tournages (camionnettes), des salles de montage professionnelles, etc.

Il existe aussi un service Production, tenu par des employés de l'école (souvent des anciens directeurs de production du cinéma) qui encadre les jeunes étudiants en production chargés de la partie production du film et qui les aide à trouver des financements complémentaires via des partenariats (avec les chaînes de télévision par exemple) créés par l'établissement de formation lui-même.

Ce service production aide aussi les étudiants de l'équipe production du film à compléter l'équipe (techniciens, décorateurs, costumiers, régisseurs, ...) en puisant dans une immense base de données de professionnels qui ont fait connaître leur intérêt pour travailler sur les films étudiants. Cela permet d'une part de renforcer l'équipe technique d'un film par la participation bénévole de professionnels qui veulent aider ces étudiants (c'est l'occasion pour ces professionnels de découvrir de jeunes réalisateurs talentueux avec lesquels ils pourront poursuivre une collaboration plus tard) et d'autre part de trouver des ressources humaines spécifiques qu'il n'est pas possible de trouver parmi les étudiants en cinéma (ex : des décorateurs, des costumiers, des maquilleurs).

De même, il existe un service Casting qui a constitué une base de données de comédiens professionnels qui ont fait connaître leur intérêt pour travailler sur des films étudiants. Ainsi, le réalisateur étudiant peut se rendre dans ce service pour chercher ses comédiens. Ce même service peut aussi organiser des locaux pour que le réalisateur puisse faire ses castings.

A l'université en France, il faut se battre pour obtenir une salle pour faire des castings. Et bien entendu, ce n'est pas un service proposé. Il faut donc négocier, justifier, etc. Quand on ne sait pas faire cela, on ne fait pas de casting et on se retrouve à faire un film où ce sont les copains et les membres de la famille qui jouent les personnages ... Si ceux-ci ne savent pas jouer, bonne chance pour le réalisateur qui doit prouver ses talents de casting et de direction d'acteurs !

Enfin, les films de fin d'études sont des long-métrages qui sortent en salle au niveau national et sur lesquels il y a un véritable retour sur investissement. Ainsi, l'Ecole bénéficie d'une partie de ces revenus et peut ainsi financer les prochains films. Comme une véritable société de production.

Il n'est pas étonnant que le cinéma allemand, auparavant peu reconnu et mal vendu à l'Etranger, s'est énormément dynamisé ces dernières années et commence à faire des box-office en France (cf. « Good bye Lenin ») !

COMMENT LA MAIRIE DE PARIS PEUT ELLE AIDER ?

C'est sûrement plus au Ministère de l'Education Nationale et à celui de la Culture de réfléchir ensemble afin d'améliorer nos formations. Mais peut-être est-il possible que la Mairie, sans intervenir au niveau des formations directement, puisse proposer des services équivalents à ces formations allemandes, non pas du point de vue de l'enseignement mais plus du point de vue du soutien aux projets artistiques.

⇒ *En créant, avec la région, une plate-forme d'incubation des projets artistiques.*

Cette infrastructure serait un relais pour les établissements de formation, au moment où le jeune veut acquérir de la pratique et/ou s'insérer professionnellement dans son domaine.

Je tiens à signaler à ce sujet qu'il existe à Paris, de manière éparse, quelques structures de soutien pour conseiller les artistes en voie d'insertion professionnelle. Ces services sont assez mal connus et les structures ne correspondent pas entre elles car elles ne se connaissent pas forcément ou ne sont pas incitées à le faire.

Par exemple, les Maisons de l'emploi de la ville de Paris proposent depuis peu de temps, aux parisiens porteurs de projets économiques dans le domaine artistique, d'être conseillés via des associations spécialisées (ex : ACTEMPLOI) et d'être accompagnés dans l'étude et la mise en œuvre de leur projet. Ces associations peuvent être une aide véritable afin de préciser un projet et d'en constituer un business-plan. Ceci-dit, elles ne sont pas toujours spécialistes d'un secteur d'activité particulier, point qui me semble vital pour avancer concrètement.

De même, pour les RMIstes artistes, les mairies des arrondissements, via les centres d'action social, peuvent avoir accès à la Cellule d'Appui Artistes. Cette structure conseille les artistes pour les aider à s'insérer professionnellement dans leur domaine. Même si leurs conseils sont ciblés et si ils permettent d'accéder à des contacts concrets, ont-ils suffisamment de moyens d'action pour aider tous les RMIstes artistes qu'il existe à ce jour ?

Ces initiatives, souvent proposées par des associations à la demande des services publics, devraient être sous la tutelle d'un service artistes unique. Elles devraient être structurées autour d'une politique unique et cohérente, proposées en fonction des besoins spécifiques de l'artiste (besoin de trouver un travail dans le secteur culturel, besoin de développer un projet de création d'activité, ...). Les associations qui proposent ces conseils devraient également se connaître et se rencontrer pour travailler ensemble sur des thèmes de réflexion tels que celui du « développement de l'emploi dans le secteur culturel » pour être, en plus de conseillers, forces de proposition pour la Mairie car ce sont elles qui connaissent le terrain et les difficultés des artistes, etc.

Je développerai cette idée de plate-forme d'incubation artistique dans le point IV de ce document, intitulé : [IV/ Créons un centre de ressources et d'orientation aux jeunes artistes](#)..... Erreur ! Signet non défini.

- *Des immeubles entiers dédiés à l'enseignement de chaque art*

En France, on va à l'université et non à l'université de cinéma ou l'université de théâtre, etc. Et dans l'université, on va en salle X ou Y pour tel ou tel cours, et non dans le bâtiment dédié au cinéma ou dédié à la danse.

Non pas que je sois contre la rencontre entre les différentes disciplines mais j'ai pu noter en Allemagne qu'il y avait très souvent un immeuble entier dédié à une discipline (le cinéma, la musique, la danse, le théâtre, etc.) comme dans nos grandes écoles françaises (écoles de commerce, écoles d'ingénieur, etc.).

Ainsi, les locaux sont réellement conçus et organisés pour que l'étudiant puisse avoir accès facilement et de manière logique et pratique à tous les outils pédagogiques dont il a besoin pour l'apprentissage de sa discipline et même de son métier.

A l'université en France, si on étudie par exemple en cinéma, il faut chercher les salles, chercher les professeurs, chercher le matériel pédagogique dont une partie est à un bout de l'université et l'autre à un autre bout, et même chercher les étudiants qui ont développé une compétence complémentaire à la sienne afin de développer un projet artistique ensemble.

A se perdre en permanence, l'étudiant est facilement démotivé. De plus, cela ne permet pas un réel suivi de la part des enseignants. On vient donc à l'université pour prendre ce que l'on peut y prendre d'une certaine façon car, heureusement encore, le contenu de l'enseignement est de bonne qualité. Mais l'université n'est pas faite pour s'intégrer dans une formation qui permettra de se professionnaliser.

J'ai personnellement étudié, dans la première partie de mes études, en Ecole Supérieure de Commerce. Je prend cet exemple, en plus de celui des formations artistiques publiques allemandes,

car les grandes écoles de commerce françaises sont connues de tous en France contrairement aux formations allemandes. Cela sera donc plus parlant.

Dans ces grandes écoles de commerces françaises donc, on est vraiment formé au secteur professionnel visé et aux métiers de commerce et de gestion de l'entreprise (finance, contrôle de gestion, marketing, communication, vente, ...). Même si ces formations ne cessent de s'améliorer chaque année pour être au plus près du fonctionnement de la vie économique réelle, quand on est diplômé, on a de plus grandes chances de trouver un emploi que l'étudiant d'une Maîtrise de Sciences de Gestion par exemple.

A cela, je vois deux raisons principales : l'enseignement des écoles est bien plus orienté sur la professionnalisation des étudiants (cf. les autres points cités plus haut) et les locaux sont conçus pour permettre cet enseignement professionnalisant. Dans les établissements de formation artistiques allemands publiques, cela fonctionne de même. Encore une fois, on ne retrouve cela en France qu'à la Fémis, à l'Ecole Louis Lumière, aux Beaux Arts, et dans certaines écoles d'art privées.

Quand je parle de conception des locaux, j'entend à la fois la conception des murs mais aussi ce qu'on met dans les murs (l'architecture intérieur et l'équipement des locaux). Ainsi, un cours de montage doit pouvoir être donné dans une salle de montage comme elle serait organisée dans le monde professionnel. Et il doit y avoir au moins une station de montage virtuel (à savoir un ordinateur équipé pour le montage avec un double écran) pour deux étudiants et pas plus. Actuellement, on trouve une salle de montage de 6m2 avec une station de montage pour 400 étudiants ! Et souvent le disque dur est plein, donc le cours ne peut pas être donné...

- ⇒ ***Si on réorganisait les universités de manière à ce que chaque discipline artistique ait vraiment des locaux dédiés et concentrés dans un même lieu (idéalement un bâtiment) et même conçus pour permettre cette pédagogie spécifique aux enseignements artistiques***, on formerait de véritables futurs professionnels. Et on ne fabriquerait plus des jeunes cas sociaux, donc des futurs charges pour l'Etat. C'est une question de vases communicant : l'argent qui n'est pas dépensé dans la qualité de conception de l'enseignement et de ses supports pédagogiques (matériel, ...) est du coup dépensé en allocations chômage, RMI et autre aides sociales.

- ***L'acquisition favorisée de son propre matériel de travail :***

Je ne sais pas si cela fonctionne ainsi en Allemagne mais la question de l'équipement des locaux m'amène logiquement à parler d'un autre point, celui du matériel individuel propre à chaque étudiant.

Comme dans les grandes écoles de commerce françaises, l'accès à l'achat de matériel devraient être à des coûts préférentiels pour les étudiants. Par exemple, un futur monteur devrait pouvoir acquérir plus facilement une station de montage virtuel. Un futur cadreur devrait pouvoir s'acheter une caméra numérique semi-professionnelle premier prix plus facilement.

Si on reprend l'exemple des écoles de commerce, celles-ci négocient avec les fabricants d'ordinateurs et de logiciels des tarifs préférentiels de façon à ce que les étudiants puissent s'équiper d'un ordinateur portable en début d'année et acquérir ainsi une autonomie. Comme toute la pédagogie se fait sur ordinateur, même en cours, les étudiants sortent de ces formations en sachant parfaitement utiliser les logiciels qu'ils utiliseront ensuite en entreprise. Et c'est aussi pour cette raison qu'ils trouvent plus facilement du travail en sortant de l'école.

De même, ces écoles négocient souvent avec les organismes financiers (banques et autres) des crédits à taux préférentiels de façon à ce que ces étudiants puissent financer ces coûts matériels, vitaux à la réussite de leurs études.

Un étudiant diplômé d'une maîtrise de cinéma qui veut devenir monteur, et qui n'a suivi que des cours de montage à l'université, mais qui n'a pas pu assez pratiquer parce qu'il n'avait pas la possibilité de faire des exercices pédagogiques sur des cas de montage réel à la maison, ne pourra pas prétendre à exercer en tant que monteur ni même assistant monteur dans le domaine professionnel quand il cherchera un travail à la sortie de sa formation.

- ⇒ **Les universités devraient donc négocier avec les équipementiers (informatiques, audiovisuelles, musique, etc.) des prix de gros pour les étudiants en début d'année, ainsi qu'avec les organismes financiers des prêts étudiants spécifiques à l'achat de ce matériel**, de façon à ce que les étudiants des formations artistiques puissent s'équiper à des prix réduits aux prix grand public.

Cela fonctionnerait forcément : il y aurait des étudiants qui achèteraient car beaucoup le font déjà pour pallier à ce problème existant. Mais actuellement, ce sont souvent les étudiants des familles les plus aisés qui s'équipent, ou bien des étudiants qui travaillent beaucoup à côté de leurs études dans des petits boulots pour réunir les économies nécessaires. Ceux qui travaillent beaucoup à côté sont dans des situations de plus grande précarité scolaire car ils sont beaucoup moins concentrés sur leurs études. Et soit ils finissent par arrêter avant le diplôme, soit ils obtiennent leur diplôme, quand l'université le permet, en 6-7 ans et non en 4 ans ! Si ces étudiants pouvaient accéder à du matériel à prix réduits et à des crédits leur permettant d'échelonner les paiements, ils ne sacrifieraient pas une année entière de leur scolarité pour s'équiper.

2.2.3 Le secteur culturel allemand est beaucoup moins fermé qu'en France.

Si l'on consulte les annonces d'emploi des deux magazines de la ville de Berlin (« Tipp » et « Zitty »), on y trouve facilement des offres d'emploi des entreprises du secteur culturel. Cela ne marche pas que par relation : dès qu'un besoin existe dans une entreprise ou sur un projet, une annonce est automatiquement posée dans l'un de ces magazines. C'est quasiment une règle incontournable.

COMMENT LA MAIRIE DE PARIS PEUT ELLE AIDER ?

Comment la Mairie de Paris peut-elle inciter les entreprises culturelles parisiennes à ouvrir leurs portes et à donner la chance à tous de pouvoir postuler à leurs postes ?

- ⇒ ***En encourageant un magazine parisien à développer ses pages à l'emploi dans le secteur culturel ?***

La Mairie aiderait ce support presse et internet à communiquer aux parisiens sur ce nouveau service qui ferait alors désormais aussi sa renommée. Bien entendu, certains diront qu'il existe des magazines professionnels qui proposent des annonces d'emploi. Tout d'abord ces annonces sont rares. Par ailleurs, comme elles sont proposées par des magazines spécialisées (Film, Musique, ...), on y trouve rarement des annonces de projets multidisciplinaires. Alors que les projets multidisciplinaires sont justement une forte tendance d'aujourd'hui et par là une source d'emploi pour les jeunes artistes.

Par exemple, si un projet de spectacle vivant regroupe l'art dramatique, la danse, le chant et des installations d'art vidéo, où trouve t-on l'annonce ???

- ⇒ ***En créant un centre de ressources documentaires dédiés à la professionnalisation.***

Cela pourrait par exemple se faire dans la plate-forme d'incubation artistique dont je parlais plus haut et sur Internet par exemple.

Cela permettrait pour un jeune artiste n'ayant aucune relation, de connaître les entreprises et les portails d'adresses d'entreprises du domaine culturel, afin d'avoir des contacts de démarchage pour sa recherche d'emploi ou de partenaires de son projet.

A ce sujet, il est à noter un site qui est très bien fait pour le secteur cinématographique et audiovisuel : www.bellefaye.com. Ce site est l'annuaire des professionnels du secteur. Egalement, il propose une page d'offre d'emplois accessible à tous, même aux non abonnés. C'est une très bonne initiative et ce site est très utile pour des étudiants à la recherche d'un stage. Par contre, je ferai trois remarques sur ce site :

- L'annuaire du site (avec ses adresses) mériterait d'être accessible à coût réduit aux artistes en voix d'insertion professionnelle.
- Les annonces d'emploi sont bien souvent uniquement des annonces de stages et non des annonces d'emplois avec lesquels on peut gagner sa vie. Est-ce d'ailleurs un problème du site Bellefaye ou bien plutôt de l'offre réelle d'emplois ? Il est possible que les employeurs ne passent pas leurs annonces d'emplois dans le Bellefaye, il faudrait savoir alors pourquoi pour résoudre ce problème. Par contre, il est vrai que la majorité des postes d'assistant de production sont souvent tenus par des stagiaires, comme si c'était devenu la règle.
- Ce site est connu des professionnels (les sociétés de production y sont généralement abonnés) mais absolument pas des étudiants qui, eux, cherchent des stages !

2.2.4 Art organisé et art anarchique, à chacun son public, à chacun son mode de diffusion

Permettez-moi de vous conter une anecdote ...

En me promenant sans but dans les rues de Berlin alors que je découvrais la ville, j'ai pu rentrer dans de nombreuses cours intérieures d'immeubles dans lesquelles se trouvaient des installations artistiques multidisciplinaires très insolites.

L'originalité de ces installations, leur composition multidisciplinaire et le fait de les trouver par hasard, juste en se promenant, à la libre entrée de tous et en toute simplicité, attirait même le plus « inculte » à rentrer, à rester, à s'interroger, à vouloir en savoir plus. Sans forcément toujours comprendre parfaitement l'objectif de l'artiste, tout visiteur se sentait transporté dans l'univers créé, et ressortait d'un tel endroit ému, intrigué et émerveillé.

Ainsi, quand on n'a pas prévu de voir une œuvre artistique, qu'on tombe dessus par hasard et que celle-ci nous bouleverse, on est totalement charmé et on retient cet événement.

Quand cette expérience se renouvelle plusieurs fois par semaine dans différents endroits de la ville, d'une part on commence à s'intéresser à l'art même si cela ne nous avait auparavant jamais concerné, d'autre part c'est la ville qu'on finit par retenir !

Je crois que cette expérience donne vraiment à réfléchir sur la manière dont on présente l'art au public mais aussi sur le fonctionnement du public vis à vis de l'art.

Deux possibilités peuvent co-exister :

- 1) Soit on annonce une oeuvre d'art au public et le public averti se rend dans un lieu précis pour voir l'œuvre dont il est au courant de l'existence.
- 2) Soit le public, en se promenant dans la ville, tombe par hasard sur des œuvres, exposées/projetées dans des lieux inattendus (lieux publics à l'air libre, enceintes très ouvertes de lieux privés, ...). Ces lieux sont des alternatives aux lieux classiques que sont les musées et les galeries pour les expositions, ou les salles de projection pour les films.

Pour donner un exemple, le première possibilité pourrait être une pièce de théâtre présentée dans un théâtre et annoncée par la radio, et la seconde possibilité serait le théâtre de rue.

La première possibilité, la plus classique, correspond à une demande existante qu'il faut bien entendu continuer de satisfaire. C'est l'art des connaisseurs, l'art aussi des touristes, ou encore « l'art chic ».

La seconde possibilité relève d'une approche beaucoup plus populaire où l'art se présente directement au public de manière inattendue. Ces initiatives permettent à la fois de susciter l'attention

du public et à la fois de démocratiser l'accès à l'art, donc de développer par là un intérêt pour l'art auprès de personnes qui ne s'y intéressent habituellement pas, et au final de créer une nouvelle demande de produits culturels.

Ces deux méthodes ne sont donc absolument pas concurrentes. Au pire, chaque méthode a son style de produits et intéresse un type de public défini et chacun est satisfait. Au mieux, l'intérêt, suscité par la seconde méthode auprès d'un public différent de celui auquel on est habitué dans les enceintes classiques, peut faire naître chez certains une volonté de découvrir plus et donc de s'intéresser à l'art en général, y compris celui présenté dans le cadre de la première possibilité.

A Paris, ces initiatives alternatives sont encore trop peu répandues, alors qu'elles sont omniprésentes à Berlin. De même, elles ne concernent bien souvent à Paris que les arts du spectacle vivant, alors qu'elles couvrent toutes les disciplines à Berlin, à savoir également l'art plastique, l'art vidéo et le cinéma.

Même si on n'est pas là pour faire une dissertation philosophique sur l'art, on peut tout de même s'interroger de manière pragmatique sur l'essence de l'art et sa fonction, si l'art en a une. Sans apporter de réponse à cette question, je dirai tout simplement que l'art doit nourrir le tout à chacun, c'est à dire aussi bien celui qui considère l'art comme un moyen d'expression « anarchique », et qui trouvera peut-être son bonheur dans l'aspect inattendu de l'art de la rue, que celui qui envisage l'art comme une représentation organisée et codifiée et qui sera comblé par les spectacles et expositions se déroulant dans des lieux spécifiquement dédiés et structurés de manière traditionnelle.

Attention, l'art anarchique ou populaire ne signifie pas la débauche ou qu'il n'y ait pas de réelle démarche et préparation artistique préalable. Il faut donc encourager ces initiatives en leur donnant les moyens de pouvoir préparer leur travail sérieusement. Par exemple, pour des représentations de théâtre de rue, les troupes doivent pouvoir accéder à des lieux de répétition au même titre que les troupes se représentant dans des théâtres. De même, cela n'empêche pas que ces troupes soient suivies par la Mairie de Paris dans leur progression afin de bénéficier de conseils pour assurer un travail de qualité. Sinon, cela ne fonctionnera pas : on se retrouvera avec des initiatives trop médiocres qui créeront l'effet inverse sur le public (le rejet) à celui recherché.

Enfin, je tiens à souligner aussi que la simplicité ambiante dans ces lieux de diffusion alternatifs à Berlin m'a semblé inciter les visiteurs à rentrer et à satisfaire leur curiosité. A l'inverse, j'ai souvent été gênée à Paris, en me rendant à des expositions ou des projections, par le caractère snob ou « branché » qui accompagnait l'événement. On semble souvent donner plus d'importance au « paraître » qu'à s'intéresser à l'œuvre en elle-même et au cheminement intellectuel de l'artiste. Pour ceux qui s'intéressent à l'art pour l'art, ce type d'ambiance « starifiante » est répulsif.

2.2.5 L'Allemagne et sa capitale encouragent ses jeunes talents

Avant même de s'interroger sur les dispositifs publics, il est à noter qu'il est dans la mentalité générale des berlinois d'aider les jeunes talents. Je me souviens avoir travaillé sur un film étudiant qui ne pouvait absolument pas louer les décors. Il était assez facile d'obtenir les décors gracieusement, sur le simple fait que c'était un film étudiant, alors qu'à Paris, au pire on n'obtient pas le décor et on se voit tourner dans un endroit qui ne correspond plus artistiquement au projet initial, au mieux il faut de solides arguments médiatiques ou des relations pour réussir à convaincre.

Par contre, j'ai été heureuse de noter que le service Cinéma de la Mairie de Paris ainsi que la Préfecture étaient très arrangeants pour donner les autorisations de tournage.

Concernant les dispositifs publics d'aide, je ne suis pas spécialiste. Cependant, j'ai découvert deux supports très intéressants à Berlin qu'il faut absolument connaître :

- Le premier est l'European Film Institute (<http://eikk.hfg-karlsruhe.de>), une structure publique ou subventionnée (?) s'adressant aux étudiants européens, en fin de cursus, et qui se destinent à travailler dans le cinéma. Le but de cette structure est de donner à ces jeunes tous les moyens de se professionnaliser. Par exemple, cette structure propose aux étudiants des stages partout en Europe (et notamment en France!) sur des tournages de films produits par des sociétés établies ou dans des structures culturelles reconnues. Cette structure fait un gros

travail de relais avec le secteur privé pour trouver des stages. Les stages sont non rémunérées mais l'institut prend en charge les frais de transport, de nourriture et d'hébergement du stagiaire, de sorte qu'il puisse réellement effectuer ce stage dans des conditions acceptables.

- J'ai pu moi-même bénéficier de l'aide de cette structure quand j'habitais en Allemagne. J'atteste que cette structure est très efficace : ils m'ont proposé de nombreux stages très intéressants dans des structures reconnues. J'ai malheureusement tout refusé car j'ai finalement été entre temps contactée pour travailler sur un long métrage pendant 6 mois, mais c'était avec des pincements au cœur tellement les stages étaient de qualité.
- Je tiens à signaler que cette structure s'adresse en priorité aux étudiants en cinéma mais peut aussi, dans certains cas (et c'était le mien à l'époque), à partir d'une sélection sur dossier (motivation, expériences), s'adresser aux jeunes autodidactes qui ont déjà eu une première expérience professionnelle dans le cinéma. Cette souplesse permet de ne pas faire d'exclu, contrairement à l'ANPE Spectacle française !

Voici un extrait d'un article du site www.indiewire.com sur l'European Film Institute :

« *The nearly 4-year old EIKK has a number of other initiatives dedicated to supporting the future of European cinema:*

- *a Film Student Placement program providing internships for graduates from European film schools on established commercial film productions;*
- *the production of student films under the supervision of EIKK advisory board chairman, German filmmaker Edgar Reitz ("Heimat");*
- *annual Film Forum congresses presenting such topics as "Film Theaters of Tomorrow" and "Local Production in the European Context;"*
- *a program which introduces European film talents to festivals worldwide (Peter Greenaway traveled to Cuba and cinematographer Vittorio Storaro to Israel);*
- *and audience research studies to determine how audiences of the future may be expected to react to new forms of cinema. The advisory board of the EIKK consists of a number of filmmaking legends, among them Michelangelo Antonioni, Theo Angelopoulos, Bernardo Bertolucci, Jean-Luc Godard, Peter Greenaway, Margarethe von Trotta and Krzysztof Zanussi, the latter two of whom agreed to take film students under their wings as part of the Student Placement program."*

Vous pouvez les contacter pour avoir des informations. Ils parlent très bien anglais. Cf. la liste des contacts dans les annexes : [Personnes et organismes à contacter absolument](#) Erreur ! Signet non défini.

- Le second est un dispositif de workshops gratuits destinés à tous les jeunes talents du cinéma de la communauté européenne (producteurs, réalisateurs, scénaristes, ...). Ce dispositif s'intitule Talent Campus (www.berlinale-talencampus.de) et se déroule pendant le festival de cinéma de Berlin. Il fonctionne sur un mode de sélection à partir de dossiers de candidature. Pendant la période du festival, ces jeunes de toute l'Europe sont réunis dans plusieurs ateliers de cours et de travail pour acquérir des connaissances mais aussi pour développer des projets. Certains projets sont retenus après sélection pour être financés et soutenus par ce dispositif après le stage. Les films doivent être impérativement tournés sur Berlin. Cela permet non seulement à des jeunes européens de se rencontrer et de créer des projets ensemble, et c'est aussi un formidable moyen de promouvoir auprès de jeunes talents étrangers la ville de Berlin comme lieu de tournage ! Peut-être est-ce un moyen de palier aux problèmes de délocalisation des tournages dans les pays de l'Est ...

Cf. contacts dans les annexes : [Personnes et organismes à contacter absolument](#) Erreur ! Signet non défini.

Il existe bien d'autres dispositifs en Allemagne et la France en possède aussi. Sauf que ceux que je connais en Allemagne sont vraiment efficaces, adaptés aux besoins du marché, connus des étudiants et jeunes en insertion professionnelle, et accessibles à tous jeunes motivés.

III/ Améliorons les conditions de formation aux métiers artistiques

J'ai déjà traité une partie de ce qu'il y a à dire sur les formations artistiques en comparant nos formations artistiques publiques françaises avec celles de l'Allemagne dans la partie : [2.2.2 Les formations artistiques publiques en Allemagne sont conçues pour professionnaliser](#)

Erreur ! Signet non défini.

Je n'aborderai donc ici que les points qui n'ont pas été traités auparavant, à savoir les points qui concernent spécifiquement la problématique française.

3.1. Arrêtons les discriminations entre les établissements de formation

Accéder au réseau Culture Spectacle de l'ANPE signifie concrètement avoir la possibilité d'être intégré dans le fichier des professionnels de l'ANPE Spectacle et accéder aux supports d'insertion professionnelle proposés par l'ANPE.

Comme il l'est clairement stipulé sur le site de l'ANPE Spectacle, le réseau Culture Spectacle n'est accessible pour les débutants de moins de 30 ans, qu'aux personnes ayant accompli la totalité du cycle de formation de l'une des écoles agréées par le Ministère de la Culture. Pour le domaine audiovisuel par exemple, cela concerne peu d'écoles et, de plus, celles-ci sont majoritairement payantes, excepté la Fémis et l'école Louis Lumière dont on connaît le nombre réduit d'étudiants ! Ainsi, ne sont pas reconnues par l'ANPE Spectacle les formations artistiques universitaires.

Pourtant, la population régulièrement active dans le secteur audiovisuel n'est pas uniquement constituée d'anciens diplômés de la Fémis et de Louis Lumière. De nombreux techniciens et créateurs actifs dans ce domaine proviennent de formations universitaires, type Maîtrise Arts du Spectacle car, même si elles sont bien souvent incomplètes, ces formations permettent, de manière démocratique (coût des études accessible), d'accéder à des cours de très bonne qualité.

De plus, à l'exception de la Fémis et depuis peu de Louis Lumière, quelle formation artistique et publique, autre que celle proposée par l'université, permet de former des réalisateurs de cinéma ? Dans le cas de ce métier précisément où l'écriture et la maîtrise du langage artistique priment sur la connaissance technique, l'université reste la seconde meilleure formation après ces deux grandes écoles. Bien entendu, des écoles (dont certaines sont reconnues par l'ANPE Spectacle) existent et se disent former à différents métiers, dont la réalisation. Bien souvent, ces écoles sont excellentes pour former de bons techniciens (ex : 3IS), mais pas des auteurs (de scénarios), ni même des metteurs en scène de cinéma. De plus, ces écoles sont payantes, donc accessibles qu'à une partie de la population.

Pour le jeune qui veut devenir ingénieur du son dans l'audiovisuel par exemple, ces écoles s'avèrent en général de meilleures formations que celles de l'université. Cependant, si le jeune n'a pas les moyens de se payer une école, il suivra le cursus universitaire. Comme ce cursus ne permet pas de se professionnaliser parfaitement (bien que le système de cours à la carte dans certaines universités comme Paris VIII permette déjà de spécialiser un peu), ce jeune devra essayer de compléter tant bien que mal sa formation par des expériences pratiques de son côté. Et une fois son cursus fait et ses expériences acquises, il devra ensuite se débrouiller pour trouver du travail, sans l'appui de l'ANPE Spectacle (puisque les formations universitaires ne sont pas reconnues par l'ANPE Spectacle) ni celui de son université qui est dépourvue de tous services Relations Entreprises comme dans les grandes écoles. Il pourra alors être relégué à l'ANPE normale qui lui conseillera d'être serveur dans un restaurant et, parallèlement, d'essayer de se faire des relations dans le cinéma. En bref, une aide très utile ... (Expérience vécue !)

Donc actuellement en France, seules la Fémis et depuis peu Louis Lumière donnent une formation complète aux jeunes réalisateurs, en assurant non seulement l'apprentissage du patrimoine artistique, de la théorie de l'art et de la technique comme dans les formations universitaires les plus complètes, mais aussi en assurant l'apprentissage de métiers ainsi que l'acquisition d'expériences pratiques de qualité (via la réalisation de projets produits par l'école). Et à la fin de l'école, le jeune diplômé peut se rendre à l'ANPE Spectacle pour bénéficier d'un soutien dans son insertion professionnelle car sa formation fait partie de la liste reconnue par l'ANPE Spectacle.

- ⇒ ***La Mairie ne peut-elle pas intervenir pour que soient prises en comptes les formations universitaires dans la liste des établissements de formations aux métiers du spectacle reconnus par l'ANPE Spectacle ?***

3.2 Renforçons les formations artistiques universitaires

Je disais plus haut que les formations universitaires étaient de bonne qualité. C'est vrai d'un point de vue artistique et analytique. Cependant, ces formations sont effectivement encore insuffisantes (comparées à celles d'autres pays) d'un point de vue « professionnalisant ».

Sans revenir en détail sur tous ces points que j'ai déjà détaillés, je rappellerai donc les grandes lacunes des formations artistiques universitaires françaises :

- Il manque trop souvent des moyens en terme de matériel pédagogique (caméras, stations de montage, éclairage et son) et de support de cours (téléviseurs, écrans de projection..). C'est un réel problème notamment pour acquérir des expériences pratiques (réaliser des films), cartes de visite futures au terme des études pour intégrer le domaine professionnel.
- Ces formations ne sont pas assez professionnalisantes : trop peu de cours instruisent les étudiants, de manière pratique, sur les métiers de l'audiovisuel et les parcours pour y accéder. De plus, il existe rarement des services de stages ou relations entreprises, comme on le trouve dans les écoles.

De ce point de vue, c'est donc le parcours du combattant pour un jeune diplômé Arts du Spectacle de l'université quand il veut s'insérer professionnellement dans le secteur pour lequel il a été formé. Et c'est encore pire lorsque l'ANPE ne peut pas l'aider car sa formation ne fait pas partie des établissements agréés par le Ministère de la Culture.

3.3 Offrons l'accès à l'art aux étudiants en Art à des tarifs accessibles

Le statut d'étudiant en Art permet l'accès gratuit dans les musées nationaux. C'est une chance merveilleuse que les étudiants savent mettre à profit. Par contre, quand est-il des cinémas et des théâtres par exemple pour les étudiants qui se destinent aux métiers du spectacle ?

Un étudiant en cinéma doit pouvoir constituer sa culture cinématographique en voyant des films au cinéma. Par ailleurs, les étudiants en cinéma ont souvent des amis et des familles « consommateurs de films au cinéma » eux-mêmes. Ces étudiants sont bien souvent questionnés pour prescrire des films à leurs proches. Si ces étudiants ne peuvent pas se payer une place de cinéma, comment peuvent-ils constituer leur culture cinématographique (à mon sens nécessaire) et comment peuvent-ils prescrire des films à leurs proches qui ne savent pas quoi voir au cinéma, et qui de ce fait, bien souvent, n'y vont pas pour cette raison ou se rabattent sur les films des grosses productions ?!

- ⇒ ***La Mairie de Paris pourrait mettre en place avec les cinémas parisiens un système de prix spéciaux pour les étudiants en cinéma, de sorte que ces étudiants puissent voir au moins un film par semaine.***

Et ce prix doit pouvoir être accessible dans tous les cinémas et pas uniquement dans les MK2 et les UGC (comme les cartes d'abonnement le proposent). De nombreux étudiants en cinéma rêveraient de voir toutes les semaines les films d'auteur ou des vieux films qui passent dans les cinémas d'art et d'essai par exemple, mais une place en tarif étudiant normal à 6 euros revient cher à un étudiant moyen qui veut aller au cinéma toutes les semaines.

Si il existait une carte d'abonnement spéciale étudiants en cinéma, valable dans TOUS les cinémas parisiens et à un prix spécial (10 euros par mois par exemple - sachant que la carte MK2 normale est à 18 euros par mois), les étudiants en cinéma iraient très souvent voir des films, et notamment rempliraient les petites salles, encore trop désertées, salles qui projettent des vieux films, des films étrangers et des films d'auteurs, fortement recommandés par les professeurs de cinéma.

- ⇒ *Cela devraient d'ailleurs s'appliquer également aux intermittents du spectacle en situation de chômage depuis plus de 3 mois ou qui n'ont pas fait un certain nombre d'heures dans l'année, ainsi qu'aux artistes RMIstes, de façon à ce qu'il ne soient pas totalement coupés de leur métier et qu'ils puissent continuer à enrichir leur culture cinématographique malgré leur situation de recherche d'emploi.*

IV/ Créons un centre de ressources et d'orientation aux jeunes artistes

Le projet d'une plate-forme régional d'incubation artistique

4.1. Des jeunes artistes motivés mais démunis d'informations et de moyens

Que deviennent les jeunes artistes qui n'ont pas accès aux supports d'insertion de l'ANPE Spectacle et qui n'ont pas d'aide financière de leurs parents au sortir de leur formation et qui ne peuvent donc pas cumuler les nombreux stages non rémunérés et pourtant quasi obligatoires pour intégrer la profession ?

Beaucoup deviennent, en attendant de trouver une solution d'insertion, des « artistes RMIstes ».

Le RMI comporte un volet INSERTION. Pour ma part, je suis plutôt pour. Les jeunes artistes souhaitent effectivement s'insérer professionnellement dans le domaine pour lequel ils ont été formés ou pour lequel ils ont une réelle vocation et un talent potentiel à développer. Seulement, il faut leur donner les moyens de le faire.

4.1.1 La prise au sérieux de leur projet artistique en leur donnant une véritable première chance

L'artiste motivé doit pouvoir essayer au moins une fois de réaliser une première œuvre. Si celle-ci ne permet **absolument pas** de détecter un talent potentiel ou de rencontrer un public, dans ces seuls cas, on doit pouvoir envisager de ré-orienter cette personne sur d'autres types d'emplois. Et encore, il faut parfois même deux ou trois œuvres avant que l'artiste ne trouve son style...

Mais cela ne doit pas être l'inverse : « faites d'abord autre chose et puis un jour quand vous gagnerez votre vie, changez votre vie et voyez si vous pouvez envisager une carrière artistique. ». Ce n'est pas à 40 ans qu'on doit se donner les moyens de sa vocation et en attendant faire n'importe quoi d'autre et prendre le risque d'être malheureux en ayant l'impression de perdre sa vie dans une mauvaise branche.

4.1.2 Des conseils d'orientation ciblés et aussi la connaissance des rouages de leur secteur

L'artiste qui démarre et qui n'a pas grandi dans une famille d'artistes est souvent perdu car il ne connaît pas le secteur et ses métiers. Il peut sentir qu'il a un talent et une sensibilité artistique, qu'il a pu développer pour son plaisir sans trop savoir comment en faire un métier véritable. Il a donc souvent besoin de conseils pour préciser son projet professionnel en fonction de son talent potentiel, ainsi que de comprendre comment fonctionne le secteur pour mieux l'aborder pour avancer efficacement.

- Aider les jeunes artistes à réaliser leur première oeuvre :

Pour réaliser sa première œuvre, il a peut-être besoin de producteurs ou de trouver des subventions. Il est facile de trouver des noms de producteurs ou d'organismes (fondations, ...) mais il l'est moins de savoir laquelle de ces structures précisément peut avoir un intérêt pour l'art que développe cet artiste.

Rien que dans le cinéma, il existe des milliers de sociétés de production mais certaines font que du documentaire, d'autres que de la fiction. Et dans cette division, certains ne font que du long métrage, d'autre que du court, d'autres des courts pour des longs. Et dans cette division encore, certains ne font que du film de genre, d'autres que du film sur des histoires autour de la famille, etcEt c'est pareil pour les fondations et les subventions.

- Bref, comment s'y retrouver quand on n'y connaît rien ? Bien entendu, on peut contacter les milliers de sociétés qui existent et leur demander. Mais quel temps perdu ! On peut aussi envoyer son projet écrit à ces structures et attendre désespérément une réponse de la structure qui n'a pas toujours le temps de répondre si elle voit que le projet ne cadre pas avec leur activité.
 - De même, si par chance, l'artiste a trouvé une structure qui correspond, sait-il comment aborder cette structure : les appeler ? leur envoyer un courrier postal ? leur envoyer un email ? etc... Et comment présenter son projet ... ? Le fait de ne pas savoir aborder une structure ou de ne pas savoir présenter son projet peut sabrer ses chances d'intéresser la structure.
 - Enfin, certaines structures sont déjà débordées de projets et ont leur plannings pleins pour les trois prochaines années. Encore une fois, comment le jeune artiste peut-il savoir quelle structure est disponible pour recevoir et produire des projets dans l'année ?
- ⇒ ***Donc, il doit exister un endroit qui permette de conseiller l'artiste et d'être une sorte d'interface entre l'artiste et le monde professionnelle. Une interface très opérationnelle qui travaille en partenariat efficace avec les professionnels pour être au courant quasiment en temps réel de leur activité précise, de leurs plannings et de leurs besoins ou non de projets nouveaux.***

Il existe déjà ce genre de structures mais elles ne sont pas toujours très efficaces (l'interface avec les professionnels ne fonctionne pas assez) et surtout elles sont elles-mêmes trop spécialisées. La spécialisation sur un domaine est bonne à la base, mais il doit y avoir une structure plus multidisciplinaire qui encadre, d'une façon ou d'une autre, ces organismes spécialisés, de sorte que le jeune artiste, qui ne sait vraiment pas par où commencer, puisse avoir d'abord un interlocuteur unique qui lui permettra de faire un gros débroussaillage et qui ensuite l'orientera sur la structure de conseil vraiment adaptée à son projet pour la suite.

Si on reprend l'exemple du cinéma, on entend parler de noms comme la « Maison du Film Court » ou bien « l'agence du Court Métrage », ou d'autres organismes d'orientation et de conseils pour les porteurs de projets cinématographiques. Mais laquelle de ces structures doit-on aller voir en premier ?

Et si on a, comme premier projet, un long métrage et non un court métrage, qui va t'on voir ?

Car la règle de démarrer par un court métrage n'est peut-être pas toujours adaptée à tous. Le court-métrage est une écriture très différente du long, et l'on peut être fait pour l'un sans être nécessairement fait pour l'autre. De nombreux cinéastes de courts n'arrivent pas à écrire pour un long. Et de nombreux auteurs savent écrire des longs et pas des courts. Celui qui ne sait écrire que pour du long mais qui n'a pas les contacts et les moyens de réaliser son premier long métrage risque alors de ne jamais passer à la réalisation parce que les aides pour les jeunes artistes n'étaient faites que pour des auteurs de courts.

Alors qu'il existe pourtant des structures de production qui s'intéressent aux jeunes auteurs de longs métrages et qui seraient prêtes à parier sur eux. Bref, c'est un exemple qui montre bien que les choses sont complexes et qu'il faut que le jeune artiste rencontre d'abord une structure qui a une bonne connaissance globale de l'ensemble des secteurs artistiques afin d'orienter l'artiste en fonction de son projet sur les aides et structures qui lui correspondent vraiment.

- Aider les jeunes ressources humaines du secteur culturel à trouver leur premier emploi:

Nous savons tous que la plupart des employeurs de ce secteur embauchent par relation. Il suffit de faire la petite expérience d'envoyer à cinquante sociétés de production audiovisuelle un CV parfaitement mis à jour et ciblé par rapport au domaine et à un métier du domaine, ainsi qu'une lettre de motivation percutante et personnalisée en fonction de la société (je l'ai faite). Bilan de l'opération : quasiment aucune réponse.

En effet, comment ça se passe ? Les projets artistiques peuvent mettre des mois à se préparer et, soudainement, une fois que les financements sont réunis et que le metteur en scène et le producteur ont décidé de lancer le projet, tout va alors très vite et il n'y a plus le temps de passer des annonces, rencontrer des gens, prendre le risque de travailler avec des personnes incompetentes. Du coup, on appelle les amis et on leur demande : « tu ne connaîtrais pas un bon assistant de réalisation ? ». Et si on a la chance d'être dans les petits papiers de la personne contactée, on a RDV le lendemain pour un entretien, voir pour travailler directement.

Il faut donc des actions pour que les jeunes artistes et techniciens des métiers du spectacle puissent rencontrer les plus anciens et se fassent connaître aussi des sociétés de production.

De même, un jeune qui démarre doit pouvoir être mis en relation avec des professionnels établis et ciblés qui pourraient avoir un rôle de « mentor » pour les aider à se lancer, à pénétrer le secteur professionnel. Il existe de nombreux professionnels très expérimentés qui sont prêts à transmettre leurs connaissances aux jeunes

- **soit parce qu'ils approchent de la retraite, qu'ils ont réussi leur parcours professionnel et qu'ils ont envie de transmettre ;**
- **soit parce que ce sont des professionnels déjà expérimentés qui cherchent à compléter leurs équipes en prenant sous leur tutelle de jeunes qu'ils vont former.**

Cependant, quand on n'a pas les relations ou la chance d'avoir rencontré par hasard quelqu'un qui nous a donné le contact d'un « mentor » potentiel, comment trouver ses personnes ? Cela devrait donc être une structure d'interface qui devrait assurer ce rôle.

4.1.3 Les moyens matériels et humains de réaliser leur première œuvre :

Le jeune artiste qui démarre a rarement des économies de côté pour réaliser sa première œuvre. Il peut bien entendu contacter les structures de production, si il en connaît, qui peuvent être ciblées sur son type d'art. Mais, comme je le disais plus haut, celles-ci peuvent être déjà débordées et n'avoir du temps libre que dans trois ans. C'est souvent le cas, à part les jeunes structures de production qui ont bien souvent besoin elles-mêmes d'être suivies et soutenues pour se professionnaliser et arriver à des résultats concrets et crédibles par le secteur.

Il faut donc que ce jeune artiste soit intégré dans un cadre où il pourra travailler avec des producteurs qui lui permettront de réaliser son premier projet.

- Une structure de production publique ou semi-publique

Comme les structures établies sont souvent débordées, cela peut tout à fait être un organisme public qui tiennent le rôle de producteur des premières œuvres, soit en faisant appel à des professionnels de la production pour assurer la mise en œuvre (la production exécutive), soit en prenant sous sa tutelle des jeunes sociétés de production en lancement qui s'occuperaient du projet, mais sous l'encadrement de l'organisme public pour les questions qui relèvent spécifiquement de l'entrepreneuriat. Dans ce cas, des structures existantes comme ACTEMPLOI et l'ADIL peuvent travailler ensemble pour « tutorer » ces jeunes structures de production.

- Un fond mutuel de mécénat géré par une institution publique

De même, il faut qu'il y ait une structure unique dépendant de la Mairie de Paris (et de la région ?) qui recense toutes les subventions qui puissent exister, tous les mécènes et fondations, et même les entreprises du domaine privés qui cherchent à sponsoriser des œuvres artistiques, et que cette structure unique fasse encore une fois office d'interface très active entre les porteurs de projets (les

artistes et les jeunes structures de production artistique) d'une part et ces structures de financement d'autre part.

On pourrait même envisager **la création d'un fond mutuel de mécénat** où tous les mécènes potentiels (les familles fortunées, les entreprises mécènes, ...) pourraient chaque année verser une somme d'argent (comme à la Fondation de France mais de manière moins orientée) à ce fond mutuel et ce serait la structure unique dépendant de la Mairie de Paris qui gérerait ce fond mutuel et le redistribuerait aux porteurs de projets.

- Car il existe de l'argent et encore quelques « riches », si vous me permettez l'expression, qui veulent aider des jeunes artistes mais qui ne savent pas comment s'y prendre car ils ne les connaissent pas, ou bien parce qu'ils ne savent pas distinguer l'artiste qui a du potentiel de celui qui n'en a pas, et qui du coup gardent leur argent alors qu'ils auraient été prêts à aider.
 - De même, ces riches particuliers ne veulent peut-être pas être connus du grand public et dérangés en permanence. Un fond mutuel discret, géré par le domaine public, rassurerait ces personnes et les motiverait à agir.
 - Bien entendu, pour que ce fond mutuel ait une véritable efficacité, il faut qu'il communique auprès des mécènes potentiels (par des invitations à des diffusions de jeunes artistes qui ont eux mêmes été lancés par le fond mutuel, par courrier peut-être comme le font si bien toutes les associations humanitaires type Médecins Sans Frontières) et qu'il communique en général par voix médiatique pour montrer son impact (chaque diffusion d'un jeune artiste soutenu par ce fond sera accompagnée d'une communication pour présenter l'événement dans laquelle le fond sera cité).
 - Enfin, il faut que ce fond mutuel, dans sa communication, « vulgarise » les nouveaux arts ou les formes d'art peu connues. En effet, les riches particuliers (mécènes potentiels) ne s'y connaissant pas forcément en art, ils donnent de l'argent dans ce qui leur semble être bien. Et comme on leur a répété que certains modèles étaient « bien », ils y croient. Si maintenant, on montre qu'il y a aussi d'autres modèles possibles, et en plus que c'est l'Etat qui le dit (Théorie de l'Autorité en psychologie sociale), alors ces personnes s'ouvriront à d'autres choses. D'autant plus si l'Etat le prouve en invitant ces personnes à des diffusions de jeunes artistes présentant aussi des arts différents et que ces arts sont accompagnés d'une explication (soit sur l'œuvre en elle même, soit sur la démarche de l'artiste).
 - Les fondations actuelles ne financent bien souvent que les arts classiques, ceux qui sont connus, compris et donc reconnus des riches retraités par exemple. Du coup, si on ne fait pas de la musique classique, du théâtre de Molière ou du cinéma sur Napoléon ou des documentaires sur la beauté d'un pays d'Afrique du Sud, on ne sera pas pris en compte par ces fondations. C'est pourquoi un fond mutuel de mécénat géré par la Mairie de Paris doit exister pour démocratiser à tous les formes de création l'accès aux financements par le mécénat.
 - De même, il faut que ce fond mutuel permette de financer des jeunes artistes sur des critères de démarche artistique, de motivation et de faisabilité de leurs projets, et non sur leur origine culturelle et sociale comme le font pour l'instant certaines fondations (cf. la majorité des lauréats de la bourse Déclic Jeunes de la Fondation de France), uniquement pour une question de bonne conscience ou de marketing social.
- ⇒ Il ne faut donc pas tout ré-inventer mais vraiment faire le point sur les ressources existantes à Paris et en région Ile de France (toutes ces associations subventionnées par l'Etat qui aident les jeunes artistes d'une part, les jeunes entreprises d'autre part, etc... + les fondations, les mécènes,) et qu'une structure unique publique de la région centralise ces ressources et les redistribuent de manière ciblée et avec un accompagnement aux jeunes artistes et aux jeunes porteurs de projets artistiques.

4.1.4 des compléments de formation gratuits si nécessaire

En attendant que les formations universitaires soient plus axées sur la professionnalisation, les jeunes devraient pouvoir accéder à des formations professionnalisantes gratuites (ou de l'ordre du coût d'une année universitaire) qui se déroulent de manière intensive et sur des courtes durées, et qui leur permettent d'acquérir une compétence reconnue par le secteur professionnel afin qu'ils puissent trouver du travail.

De telles formations existent déjà mais il est très compliquées de pouvoir y accéder, si on n'a pas le statut d'intermittent du spectacle, ou les moyens de financer leurs coûts actuels élevés. Or, un jeune qui débute, par exemple un jeune qui sort d'une maîtrise de cinéma, n'a pas droit au statut d'intermittent du spectacle puisqu'il n'a pas travaillé et pas fait d'heures et que par ailleurs il ne sort pas d'une école agréée par le Ministère de la Culture. Du coup, le jeune a un diplôme trop généraliste et ne peut pas commencer à travailler.

Si par exemple un jeune réalisateur de cinéma en voie de professionnalisation veut trouver du travail comme réalisateur de films institutionnels en attendant de pouvoir vivre de son art et de ses propres films, il doit aujourd'hui pouvoir être capable bien souvent d'écrire-réaliser-monter. Auparavant, et c'est toujours ainsi heureusement dans le cinéma, il y avait un réalisateur et un monteur. Mais comme les prix se compressent de plus en plus pour pallier au problème des délocalisations de tournage et de post-production, et qu'il est vrai qu'un film institutionnel n'est pas aussi complexe à réaliser qu'un film de cinéma, les sociétés de production de films institutionnels cherchent souvent désormais des personnes qui savent faire tout toute seule.

C'est un réel problème car un bon réalisateur n'a pas toujours appris le montage technique, à savoir l'utilisation des machines et des logiciels de montage. Pour trouver du travail, le réalisateur a désormais besoin de compléter ses compétences en apprenant également le métier du monteur pour des projets « simples », réalisés en numérique par exemple. Et pour cela, ce jeune réalisateur devrait donc pouvoir accéder à des formations complémentaires lui permettant de compléter ses compétences et d'être réellement opérationnel.

Au jour d'aujourd'hui, de ce que je connais, il existe deux autres solutions pour pallier au problème de formation complémentaire professionnel pour un jeune diplômé d'une formation universitaire artistique qui n'a pas le statut d'intermittent du spectacle parce qu'il démarre :

- Si il est inscrit à l'ANPE (générale), il peut essayer de trouver un « stage d'accès à l'entreprise ». Pour ce faire, il faut qu'il ait trouvé un employeur qui ait déposé une annonce d'emploi à l'ANPE et qui accepte de l'embaucher une fois qu'il aura suivi la formation nécessaire pour au minimum un CDD de 6 mois. Dans le cas échéant, le jeune sera formé, soit au sein de l'entreprise, soit dans un organisme de formation choisi. Dans ce cas, le stagiaire sera rémunéré par l'Etat et la formation sera prise en charge en partie par le futur employeur et en partie par l'ANPE.
 - o Le problème de ce dispositif est qu'il faut arriver à trouver un futur employeur qui accepte de former le jeune, voir de payer pour le former, et de l'embaucher au minimum dans le cadre d'un CDD de 6 mois. Or, dans les métiers du spectacle (excepté dans les métiers de la production), existe t-il de nombreux emplois d'une durée minimum de 6 mois ?
- Si il est inscrit au RMI, il peut essayer d'obtenir un SIFE, stage de formation qui s'effectue uniquement dans un organisme de formation recommandé par l'ANPE. Cela signifie concrètement que l'ANPE tient à disposition des RMIstes une liste de formations et qu'il faut arriver à trouver son bonheur là-dedans. Ce sont des formations collectives. Pour cela, il faut que le jeune pose sa candidature à l'établissement de formation et, si il est retenu, il pourra bénéficier de cette formation payée par l'ANPE. De plus, il sera rémunéré le temps de sa formation.
 - o Le problème de ce dispositif est qu'il ne permet pas de choisir sa formation. Si par exemple, la personne souhaite compléter sa formation dans un domaine de compétences précis et qu'elle ne trouve pas dans la liste de formations très restreinte de l'ANPE une formation qui correspond à son besoin, cette personne ne pourra pas suivre de formation ou alors en choisira une autre, mal adaptée.

De même, il faut faire de nombreuses recherches pour être au courant de l'existence de ces systèmes de formation et ils sont souvent attribués très difficilement, parfois un an après que la personne ait souhaité suivre cette formation.

=> L'accès à la formation professionnelle devrait être une priorité. Si le jeune est motivé pour s'insérer dans la vie active et qu'il lui manque des compétences parce que les formations publiques gratuites sont mal conçues, ce n'est pas à lui de se battre pour être formé et arriver à s'insérer dans la vie active. Cela ferait des chômeurs et des RMIstes en moins si il n'y avait pas autant de jeunes mal formés pour le monde professionnel.

Et encore une fois, cela devrait être une structure unique qui devrait orienter les jeunes, en leur faisant faire des bilans de compétences afin de voir ce qu'il leur manque comme compétence, et en leur trouvant des formations adaptées pour qu'ils puissent assurer leur insertion professionnelle. Et cette structure unique devrait bien connaître les métiers artistiques pour orienter les jeunes au mieux et non leur proposer des formations dans les métiers de la restauration quand ils sortent diplômés de formations artistiques.

4.1.5 Les moyens de diffuser leur première œuvre et de communiquer sur cette diffusion

Admettons que le jeune ait réussi à produire son œuvre. A quoi cela sert-il si celui-ci garde son œuvre chez lui et que personne ne la découvre ?

Or, bien souvent, les jeunes artistes rencontrent des difficultés à faire connaître leur travail : soit parce qu'ils ne trouvent pas de lieu, soit parce qu'ils ne savent pas communiquer, ou parce qu'ils ne savent pas à quels supports de communication s'adresser, ou encore parce que les supports de communication réputés ne leur accordent pas d'intérêt, et enfin parce que la communication représente un coût important que les jeunes artistes/structures de production ne sont pas forcément capables de supporter.

Il faut que le jeune puisse connaître les diffuseurs et les moyens de les aborder afin de rendre public son œuvre et par là de se faire connaître, à la fois du public mais aussi des professionnels (comme les producteurs).

De même, une œuvre diffusée qui n'est pas accompagnée d'une communication aura peu de chances d'amener un public, si ce n'est un public d'amis. Or, on sait bien que ce ne sont pas les amis de l'artiste qui vont l'aider à se faire connaître. Tout du moins, ce n'est pas suffisant pour s'assurer une reconnaissance en tant qu'artiste professionnel, ni même obtenir des critiques objectives qui permettront d'avancer dans la construction de l'artiste.

Il faut donc aider ces jeunes en leur permettant de trouver des diffuseurs et de mettre en œuvre des actions de communication pertinentes.

4.2. La solution à tous ces besoins : une plate-forme d'incubation artistique publique

Quand on est RMIste artiste (et il y en a quand même 8000 à Paris à ce que j'ai compris), on n'a donc peu de chances de bénéficier d'un programme d'aide à l'insertion professionnelle complet à ce jour.

On a pu noter ci-dessus les différents supports qui pourraient être mis à disposition des jeunes artistes et ressources humaines se destinant au secteur artistique et culturel pur justement pallier à ce problème. Il faut qu'une plate-forme unique et publique existe et mette à disposition ces supports afin que le jeune puisse faire le point avec des professionnels du spectacle sur ses aptitudes, ses compétences, ses potentiels de développement, les chemins possibles, etc... voir des fois pour aussi renoncer à ces métiers si de réelles aptitudes ne se dégagent pas, et pour faire bénéficier à ceux qui ont un réel potentiel de véritables programmes d'insertion via la recherche d'emploi et/ou l'accompagnement complet de projets artistiques.

Il me semble plus judicieux que la Mairie de Paris collabore, avec la région, à la création d'une méga structure d'incubation régionale avec son nom propre et son logo propre, plutôt que la Mairie mette en place des actions isolées moins frappantes. Il faut unir ses forces (matérielles, financières, humaines,

...), rassembler les actions actuellement isolées, et les associer sous un même toit mutualisé afin d'avoir un réel impact sur l'emploi du secteur culturel.

Il peut être envisagé, pour financer le fonctionnement de la structure d'incubation, que celle-ci soit financé par :

- les fonds publics de la Mairie de Paris et de la région Ile de France
- des sponsors
- une commission dégagée sur les projets artistiques à but économique en cas de succès commercial du projet

On y trouverait dans cette structure d'incubation des services correspondant aux besoins des jeunes artistes présentés plus haut.

4.2.1 Un Service Accueil-Orientation

L'**objectif** de ce service serait d'assurer la présentation du fonctionnement de la structure d'incubation au jeune venant pour la première fois, l'évaluation des besoins du jeune, l'évaluation du type de projet si le jeune est porteur d'un projet et non dans une démarche de recherche d'emploi, l'orientation du porteur du projet sur un tuteur spécialisé, quelques premiers conseils pour bien se préparer à la première rencontre avec le tuteur (rédaction d'un petit dossier clair, etc...).

4.2.2 Un Service Hébergement :

Objectif : gestion des logements sociaux pour jeunes artistes et mise à disposition gratuite ou à prix modiques de locaux de travail, pendant une durée déterminée pour mettre en place le projet.

4.2.3 Un Service Emploi

Objectif : favoriser la rencontre demandeurs / offreurs d'emploi et de stages dans le secteur culturel, via le travail de professionnels de l'insertion dans le secteur culturel

Installé au sein de la structure d'incubation, ce service pourrait être assuré par des professionnels de l'ANPE Spectacle mais, dans cette plate-forme, ce service s'adresserait à des jeunes en voie d'insertion (étudiants à la recherche de stages, jeunes diplômés en recherche d'emploi, jeunes artistes-RMIstes, ...) qui n'ont pas le statut d'intermittent du spectacle. Ce service pourrait aussi être assuré par les associations d'insertion artistique qui travaillent actuellement pour l'insertion des RMIstes et qui ne sont pas connus des autres jeunes non RMIstes.

Il devrait y avoir au moins un spécialiste par domaine (audiovisuel, danse, théâtre, musique, ...) et des conseillers généralistes qui orientent sur les spécialistes après évaluation du profil. Si une annonce concerne des profils multidisciplinaires, bien entendu les spécialistes de chaque discipline en question doivent être informés de l'offre d'emploi.

Actions possibles :

- orienter les jeunes dans le choix de leur métier et dans les parcours possibles, au regard de leur formation et de leurs expériences ;
- les aider à rédiger leur CV et lettres de motivation ;
- les enregistrer dans une base de données (CV, projet professionnel, emploi/stage recherché, disponibilité, etc...) accessible à tous les autres jeunes référencés ainsi qu'au professionnels du spectacle, via le site portail de la plate-forme ;
- leur permettre de découvrir puis consulter sur place ou acheter à des tarifs préférentiels les revues professionnelles, les annuaires des entreprises du secteur culturel, les sites web de la profession via la gestion d'un centre de documentation (annuaire des professionnels) et l'édition d'un site Internet ;

- leur proposer des stages professionnalisant qui leur donne un certificat/label reconnu par le secteur pour obtenir une crédibilité ;
- leur proposer des formations complémentaires professionnalisantes, gratuites ou à prix accessibles ;
- leur proposer des offres d'emploi et stages en créant de réels liens avec les entreprises culturelles ;
- organiser des rencontres collectives avec des entreprises culturelles afin que celles-ci présentent leur activité, les métiers qu'elles sont susceptibles de réunir, ou les nouveaux métiers aussi qu'elles souhaitent développer ;
- organiser des rencontres avec des jeunes porteurs de projets artistiques tutorés par la plate-forme d'incubation ayant besoin de jeunes artistes et techniciens ;
- informer les jeunes des évènements professionnels à l'extérieur de la plate-forme aussi (salons, conférences ...) et culturels : c'est aussi en se rendant à des avant-premières, à des vernissages, etc...que l'on peut rencontrer des professionnels et proposer ses services ;
- enfin créer, même forcer, une dynamique du côté des entreprises culturelles en ayant une politique active de démarchage de ces entreprises (comme le font les Services Entreprises des Grandes Ecoles) afin de faire connaître l'activité de la plate-forme et surtout recueillir leurs besoins en ressources humaines => il faut changer les comportements de ces entreprises qui restent bien souvent fermées sur elles-mêmes en les convainquant de l'intérêt de ce service.

Spécifiquement pour les porteurs de projets artistiques :

4.2.4 Un Service Création de projet :

Objectif : validation de l'idée, montage du projet : c'est là où l'on peut trouver un tuteur qui accompagnera le projet de A à Z et enverra le porteur du projet auprès des différents autres services spécialisés dans chaque domaine d'actions nécessaires à la réalisation du projet. Ces tuteurs doivent avoir la compétence et l'expérience du type de projet porté par le jeune. Ex : un jeune réalisateur porteur d'un projet de long métrage de fiction sera orienté vers un tuteur cinéma fiction qui a l'expérience du long métrage.

4.2.5 Un Service Financement de projet :

Objectif : constitution d'un budget pour les projets non lucratifs et d'un business-plan pour les projets lucratifs, et recherche des financements du projet

- Gestion du fond mutuel de mécénat
- Constitution de dossiers de financement avec des chaînes de télévision qui auront accepté l'idée de co-financer des projets de jeunes qui pourraient les intéresser

4.2.6 Un Service Lieux de Diffusion :

Objectif : recherche de lieux de diffusion en fonction de la nature du projet (projet à exposer, à projeter, qui doit se représenter sur scène, etc... / projet à but économique ou non, ...), négociation des contrats, mais aussi aide à la création de nouveaux lieux de diffusion (notamment des lieux alternatifs) et création de cartes d'abonnement permettant l'entrée à tarifs réduits dans les lieux de manifestation culturelle et artistique (ex : la carte d'entrée à tarif réduit pour les étudiants en cinéma et les demandeurs d'emploi dans le cinéma dans toutes les salles de projection parisiennes).

Exemples d'actions possibles en plus de l'aide à la diffusion de chaque projet :

- Faire connaître aux jeunes artistes les centre d'animations de la Mairie de Paris (via les établissements de formations artistiques, via les espaces insertion du RMI, via l'ANPE

Spectacle, via les antennes sociales de la Mairie de Paris, via la Maison des Initiatives Etudiantes) car ils sont de merveilleux lieux de première diffusion, et dynamiser ces lieux :

- Compléter leurs équipements pour qu'ils soient à même de recevoir des œuvres variées (spectacles vivants, projections de films, ...);
 - Créer des partenariats avec les radios (Nova, FIP, ...) et les TV locales (Zaléa, Télé Montmartre, ...) pour relayer leurs événements.
- Ouvrir des lieux publics (non artistiques) et y permettre la diffusion d'œuvres de jeunes artistes pendant leurs horaires de fermeture (ex : les collèges et lycées comme cela a déjà été proposé, mais peut-être aussi d'autres lieux appartenant à la ville, au département ou à la région ?)
- A ce sujet, on ne trouve des projections de film l'été en extérieur qu'au Parc de la Villette ! **Pourquoi ne pas organiser des projections dans le jardin du Luxembourg, dans le jardin des Plantes, au Parc Monceau, etc ?**
 - Pour reprendre l'exemple de Berlin, cela s'y pratique énormément l'été, dans plusieurs parcs de la Ville. L'entrée est payante. Un périmètre dédié à la projection peut être délimité dans le parc pour cela (grilles et agents de sécurité). Un petit snack-buvette est organisé. Les gens peuvent aussi venir librement avec leur pique-nique. Pour visionner le film, des chaises, transats et éventuellement quelques tables sont mis en place.
 - => C'est une organisation assez simple et cela permet :
 - Aux citoyens qui ne partent pas en vacances de se sentir dépaysés tout en faisant une sortie culturelle.
 - Au marché du film de ne pas connaître d'aussi grosses chutes d'achats de tickets de cinéma pendant la période estivale.
 - Aux techniciens (projectionnistes, etc..) du secteur audiovisuel d'avoir du travail.
 - Aux jeunes cinéastes de pouvoir être diffusés, sans subir la censure des gros distributeurs (UGC, Gaumont, MK2 and cie.) = donc à la ville de Paris de présenter d'autres œuvres que celles auxquelles on est habitué dans les grandes salles.
 - Aux touristes de connaître un Paris encore plus animé et convivial ;
- Encourager les lieux de diffusion classiquement dédiés aux grosses productions à ouvrir leur espace à de jeunes productions d'artistes.
- Comment ? Peut-être via des avantages fiscaux ... ? Et pour éviter les dérives (copinage, etc...), ce serait la Mairie de Paris, ou une structure d'incubation artistique sous la tutelle de la Mairie de Paris, qui enverrait différents projets de jeunes artistes à ces lieux de diffusion. Si le lieux de diffusion décidait d'en diffuser un, celui-ci bénéficierait d'un abattement fiscal ... ?

4.2.7 Un Service Communication de projet :

Objectif : définition et réalisation d'une campagne, et mise à disposition de tous les outils de communication possibles à des tarifs très bas, voir gratuits dans certains cas à définir (première œuvre ? ...), ainsi que la mise en relation avec les médias.

Le travail de communication effectué par la Mairie de Paris est très bien fait, via notamment les panneaux lumineux dans les rues de Paris et le magazine « A nous Paris ». Cependant, est-ce que toutes les organisations culturelles (sociétés de production, associations d'artistes, troupes de théâtre, groupes de musiques, lieux de diffusion, ...) et organismes de formations artistiques sont bien au courant que la Mairie de Paris, via ses supports de communication, peut annoncer des spectacles, des manifestations culturelles, des projections, etc. ?

Le service Communication pourrait par exemple proposer des prestations gratuites ou payantes (sous forme de forfaits à des coûts très intéressants), selon le profil de l'organisation demandeuse.

Ce service communication pourrait par exemple :

- Proposer, via des professionnels de la communication expérimentés, des conseils personnalisés sur la stratégie de communication à adopter pour le projet. Ces prestations intellectuelles (conseils, - hors impression) pourraient être offertes par exemples aux jeunes structures répondant à certains critères comme par exemple les associations et sociétés de production de plus de 6 mois d'existence et de moins de deux ans d'existence, n'ayant pas encore eu un seul projet commercial diffusé mais justifiant d'un projet potentiellement prometteur (critères à définir ...).
- Proposer de concevoir, gracieusement ou à des prix modiques (selon le profil de l'organisation demandeuse), les outils de communication (communiqué de presse, dossiers de presse, sites web, affiches, flyers, plaquettes, tee-shirts) :
 - o Directement dans la structure d'incubation via des jeunes professionnels de la communication (journalistes, attachés de presse, infographistes, concepteurs multimédia ...) en stage de fin d'étude ou en recherche de premier emploi, sous la tutelle de professionnels de la communication expérimentés
 - o Indirectement via des partenariats avec des sociétés de prestations en communication qui permettraient des conditions tarifaires spéciales
- Sur le même principe, proposer à des prix modiques des prestations d'impression et une plate-forme d'hébergement de sites internet (accessibles directement par l'adresse du site mais aussi par un portail réalisé par la plate-forme régionale d'incubation).
- Créer des partenariats avec des médias locaux pour servir de relais entre les jeunes organisations artistiques et ces médias en informant ces derniers, via une newsletter hebdomadaire, des initiatives nouvelles, tutorées par la Mairie de Paris ou par la plate-forme incubatrice régionale.

Les projets alors pris en charge gracieusement par la structure d'incubation, pour ce qui concerne la communication et autres auraient, en contrepartie, sur leurs supports de communication, le logo de cette fameuse plate-forme régionale d'incubation. Cela ferait de la publicité à ce lieu, de sorte à ce qu'il devienne progressivement une forme de label publique. (Je suis personnellement lauréate du Défi-Jeunes, bourse délivrée par le Ministère de la Jeunesse, des Sports et des Associations. Cela a beaucoup crédibilisé ma démarche d'avoir obtenu ce label, reconnu de tous). Pour des jeunes artistes indépendants, dont le secteur privé ne veut pas entendre parler car ils ne sont personne, un label publique aide beaucoup à avancer et à devenir crédible auprès du secteur privé.

CONCLUSION SUR LA PLATE-FORME D'INCUBATION ARTISTIQUE :

Cette plate-forme d'incubation pourrait réunir les compétences, les moyens et les annuaires de des différentes structures existantes qui travaillent actuellement chacune de leur côté. Ensemble, l'impact de leur action sur l'insertion de ces jeunes serait plus fort puisque ces structures mutualiseraient des moyens et des ressources humaines complémentaires. Et pour le jeune en voix d'insertion ou le groupe porteur d'un projet artistique, il y aurait un endroit unique où se rendre pour faire toutes les démarches, avoir toutes les informations, etc, plutôt que d'être seul dans la nature et d'essayer d'aller ci ou là, sans grand succès.

Dans le cas où il existe des services de ce type dans les établissements de formation, ces services pourraient se mettre en relation avec cette plate-forme pour compléter leurs informations et mieux orienter encore les jeunes de leurs établissements.

Et dans le cas où il n'existe pas ce type de service au sein de l'établissement (ex : les formations Arts du Spectacles des universités), la plate-forme pourrait créer des liens avec ces établissements afin de présenter leur activité et que les élèves en soient informés pour ensuite en bénéficier. Il pourrait y avoir à chaque début d'année universitaire une présentation effectuée par un représentant de la plate-forme d'incubation artistique à l'attention des étudiants.

ANNEXES

Qui suis-je et sur quelles expériences je base ma réflexion ?

Si j'ai décidé d'apporter ma contribution à la réflexion collective, c'est en tant que :

- **Présidente de Soleil Vert Production, jeune association culturelle** dont l'objet essentiel est de produire et montrer des films et des photos réalisés par des jeunes artistes et techniciens en voix d'insertion professionnelle. L'association réunit plusieurs étudiants en cinéma, c'est pourquoi elle est membre de la Maison des Initiatives Etudiantes de la Mairie de Paris.
- Lauréate de la **bourse du Défi-Jeunes** en avril 2003 et bénéficiaire de la subvention du FSDIE de l'université de Paris VIII en juin 2003.
- **Etudiante en Licence d'Etudes Cinématographiques et Audiovisuelles** à l'université de Saint-Denis (Paris VIII)
- **Productrice réalisatrice d'un premier long métrage de fiction en vidéo** depuis 1 an, projet que j'ai amorcé l'an dernier dans le cadre de mes études et que je développe depuis. Projet pour lequel j'ai eu à faire à de nombreux acteurs de la vie économique privée qui ont soutenu ma démarche et accordé des sponsorings en nature (BMW, l'Amicale Jaguar XJ, l'EPAD La Défense, l'école d'ingénieur ESIEE à Noisy le Grand, la ville d'Igny dans l'Essonne, le célèbre architecte japonais ...). Projet pour lequel je me suis renseignée sur les sources de financement possibles.
- **Jeune réalisatrice en voix d'insertion professionnelle** : A part le long-métrage que je réalise, j'ai réalisé récemment un film institutionnel pour une société de production d'Ile de France. J'ai également travaillé comme assistante de production et assistante de réalisation dans le cinéma (longs métrages de fiction) en Allemagne, assistante à metteur en scène au théâtre et enfin j'ai joué dans de nombreuses pièces de théâtre amateur depuis l'âge de 7 ans et occasionnellement dans des courts-métrages et une publicité.
- **RMIste « artiste » depuis février 2004** (par dérogation de la Préfecture de Paris), qui a pu bénéficier des conseils de l'association ACTEMPLOI et de la Cellule d'Appui Artistes, ainsi que ceux interlocuteurs de l'ANPE et des espaces insertion.

Contacts

Direction régionale et départementale Paris – Ile de France
du Ministère de la Jeunesse, des Sports et de la Vie associative

6/8 rue Eugène Oudiné
75013 PARIS
Tél. : 01 40 77 55 00

Spécifiquement pour l'activité audiovisuelle :

René Tredez
Conseiller du Centre de Ressources d'Information et de Communication
Chargé de l'Audiovisuel
Tél. : 01 40 77 56 89

René Tredez connaît très bien tous les parcours et embûches possibles pour les jeunes artistes dans ce domaine. Il apporte aux jeunes de précieux conseils et donne des contacts très utiles pour concrétiser son projet. En plus du Défi-Jeunes, René Tredez est très actif dans le domaine audiovisuel d'Ile de France, notamment au niveau de tout ce qui concerne les jeunes artistes ainsi que les réseaux de création et de diffusion alternatifs, mais aussi sur la question de l'éducation à l'image dans les écoles, collèges et lycées. Il est également membre de nombreux jurys de festivals de courts-métrages. Il a d'ailleurs créé la bourse « L'aventure des premiers films ».

EUROPEAN FILM INSTITUTE

Site Internet : <http://eikk.hfg-karlsruhe.de>

Tel.: ++49-721 830 6313

Fax: ++49-721 830 6314

Gideon Bachmann, Executive Director

Email: eikk-esp@web.de

BERLINALE TALENT CAMPUS

Site Internet : www.berlinale-talentcampus.de

Berlin International Film Festival

Potsdamer Strasse 5

D-10785 Berlin

Tel. +49 30 259 20 515

info@berlinale-talentcampus.de

Contact Press Service

pr@berlinale-talentcampus.de

Mathieu HILFIGER

Etudiant

18 juin 2004

Nous trouvons, dans les pratiques amateurs, tout l'éventail de l'intention individuelle, de la personne, isolée, qui cherche à tisser du lien social au travers d'une pratique amateur, à la personne engagée dans une perspective pré-professionnelle. Les pratiques amateurs sont donc dans une position intermédiaire entre la pratique privée dégageée de toute intention professionnelle et la pratique professionnelle. Les pratiques amateur constituent donc un lieu où s'élabore souvent un projet personnel et professionnel (découverte de vocation). En comprenant cette position intermédiaire, il faudrait que soient facilitées les possibilités de transition de la pratique amateur à la pratique professionnelle, et donc favoriser les modes de professionnalisation. Par exemple, développer les volets formation des structures culturelles publiques, très limitées (méthodes possibles : validations d'acquis, conventions avec des écoles, stages de formation)."

Toutes sortes d'événements liant la création et la diffusion numérique sur internet, la rayonnance de paris et son appropriation par les jeunes et moins jeunes citoyens devraient être favorisés:

Partenariats et coûts réduits aisés. Notamment :

- Le webcast / diffusion audiovisuel de tout types d'événements culturels en live et archivage sur le net
- Le moblog (liaison directe et en simultané entre téléphonie mobile, web et action)

Ceci aurait un effet conjoint pour ' Informer et attirer le public', 'promouvoir la culture active', développer 'culture et international', 'faire de Paris la capitale de la création numérique', ...

- Des initiatives telles que théâtre en plein air au milieu de la (des) cité(s) devraient être généralisées. J'ai vu hier 'Le médecin malgré lui' en Commedia dell' Arte, au milieu des tours du 13e, devant le théâtre 13, par la 'Compagnie de l'Hyperbole à 3 poils': acteurs, costumes, musique, danse de très bonne qualité, beaucoup de rires et d'applaudissements, sujet sensible aussi (mariage forcé). Les jeunes qui se sont mis à taper du ballon sur les murs juste à côté au début, ce sont arrêtés. Beaucoup de gens aux fenêtres et venus s'asseoir en cours de pièce.

Par ailleurs, pour faire suite au point précédent, un webcast, moblog de l'événement pourrait facilement avoir lieu pour pérenniser l'événement, créer du nouveau contenu numérisé lié, permettre les interactions entre les habitants, les artistes, le théâtre, etc.

Egalement, cinéma en plein air (ex: Le destin de Youssef Chahine)

Développer le concept de cinéma muet revisité par des DJ et musiciens par exemple (comme le font Les nuits rousses au Forum des images).

La programmation, le choix et l'expérience des acteurs et musiciens sont fondamentaux.

A intégrer dans rapports aux banlieues limitrophes (tournées...).

- Dans le point 7, je trouve en effet fondamental de développer les échanges européens et internationaux. Des financements importants peuvent être débloqués, notamment avec la Commission européenne, mais aussi avec la Francophonie et d'autres institutions dans ses différents programmes d'action, culturels, et numériques (société de l'info) spécialement.