

Le statut de l'entrepreneuriat artistique et culturel : une question d'économie politique

MARIE-CHRISTINE BUREAU
Centre d'études de l'emploi

DOCUMENT DE TRAVAIL

N°08

avril 2001

NUMEROS DEJA PARUS :

- N° 7** *Le travail des femmes en France : trente ans d'évolution des problématiques en sociologie (1970-2000)*
MARTINE LUROL
mars 2001
- N° 6** *Garder et accueillir les enfants : une affaire d'État ?*
MARIE-THERESE LETABLIER, GERALDINE RIEUCAU
janvier 2001
- N° 5** *Le marché du travail des informaticiens médiatisé par les annonces d'offres d'emploi : comparaison France/Grande-Bretagne*
CHRISTIAN BESSY, GUILLEMETTE DE LARQUIER avec la collaboration de MARIE-MADELEINE VENNAT
novembre 2000
- N° 4** *Le travail : norme et signification*
YOLANDE BENARROSH
octobre 2000
- N° 3** *À propos des difficultés de traduction des catégories d'analyse des marchés du travail et des politiques de l'emploi en contexte comparatif européen*
JEAN-CLAUDE BARBIER
septembre 2000
- N° 2** *L'économie des conventions à l'école des institutions*
HERVE DEFALVARD
juillet 2000
- N° 1** *La certification des compétences professionnelles : l'expérience britannique*
CHRISTIAN BESSY
mai 2000

Ce texte a été soumis au comité éditorial du CEE, composé de : Gabrielle Balazs, Jean-Claude Barbier, Pierre Boisard, Bruno Courault, François Eymard-Duvernay, Jérôme Gautié, Jean-François Germe, Michel Gollac, Françoise Laroche, Marie-Thérèse Letablier, Martine Lurol, Emmanuèle Reynaud, Bernard Simonin, Marie-Madeleine Vennat, Serge Volkoff.

Le statut de l'entrepreneuriat artistique et culturel : une question d'économie politique

Marie-Christine Bureau

Résumé

L'objectif de ce texte¹ est d'aborder le statut de l'entrepreneuriat artistique et culturel comme une question d'économie politique.

La première partie replace la question du statut de l'activité artistique par rapport à certaines transformations récentes dans les mondes de l'art : avec la multiplication effervescente des lieux où l'art se diffuse, l'activité artistique déborde bien au-delà des espaces qui lui étaient consacrés, irriguant de plus en plus des secteurs de la vie économique et des espaces de la vie quotidienne.

La seconde partie décrit la façon dont cette question est abordée dans les débats politiques, autour des interrogations sur la pérennisation des emplois-jeunes dans le champ culturel, des réflexions sur l'organisation d'un tiers secteur d'économie sociale et solidaire ou des perspectives de rénovation du service public culturel local.

La troisième partie présente, à travers six situations concrètes, différents aspects et conséquences des ambiguïtés qui pèsent sur le statut de l'activité culturelle : démêlés avec l'administration fiscale résultant d'une confusion entre activité commerciale et activité lucrative ; incertitudes sur la définition et la reconnaissance des missions de service public.

Enfin, la dernière partie examine les raisonnements de la théorie économique susceptibles d'éclairer le débat : ceux qui fondent la légitimité d'un financement public, même partiel, des activités culturelles ; ceux qui dénoncent les effets pervers de la subvention publique ; ceux qui justifient l'existence économique d'organisations sans but lucratif dans ce secteur.

Mots-clefs : économie de la culture, activité artistique, tiers secteur, entrepreneuriat, organisations sans but lucratif.

Artistic and Cultural Entrepreneurship : a Question for Political Economy

Abstract

The aim of this paper is to develop a better understanding of the status of artistic and cultural activities as well as that for cultural entrepreneurship as a question for political economy.

In the first section, we examine this question in relationship to recent changes in the art worlds. As the places where art is distributed become more numerous, artistic activity extends beyond established venues and further into economic and everyday life.

¹ Nous tenons à remercier vivement Bertrand Krill (Fédercies), Laurent Cabotte, Bernard Gomel, Colette Leymarie, Emma M'bia, Nicolas Schmidt, Bernard Simonin (CEE), Éliane Le Dantec (GEOSE), Francis Chateauraynaud (EHESS), Roberta Shapiro (LAUA) pour leur réflexion et leurs remarques : ce texte leur doit beaucoup.

The second part discusses three current issues of public debate in France, namely : the future of young people employed in the cultural sector via a five-year government funding plan ; the connection between the cultural sector and the « third sector » ; and finally, the modernisation of local public services for culture.

The third section, based on six case studies, describes some of the effects of the ambiguous status of their economical activity. For example, the confusion between commercial activity and profit-making activity will cause difficulty in interpreting tax regulations. Uncertainties arise about the definition of public good, the sphere of public services and the contribution of culture to them.

The fourth and last section examines arguments of economic theory that could help clarify this question. Some theories uphold public backing for cultural activities ; others denounce the negative side-effects of public subsidising ; a third group justifies the existence of non-profit organizations in this sector.

Key words : *cultural economy, artistic activity, third sector, entrepreneurship, non-profit organizations.*

INTRODUCTION

En janvier 2000, six fédérations professionnelles du spectacle vivant se réunissent pour fonder l'U-FISC (Union fédérale d'intervention des structures culturelles²), en réaction à la révision des règles fiscales applicables au secteur associatif. Dans le texte de l'instruction fiscale du 15 septembre 1998, pourtant censée clarifier certaines situations conflictuelles entre administration et associations, l'U-FISC relève une ambiguïté lourde de conséquences : l'administration fiscale n'opère aucune distinction entre « commercial » et « lucratif »³ et, en assimilant ces deux notions, se met dans l'incapacité de statuer sur le sort d'organismes qui accomplissent, de façon professionnelle, des actes commerciaux, sans poursuivre pour autant un objectif lucratif. En témoignent les interprétations et les avis contradictoires auxquels ce texte donne lieu. L'U-FISC en conclut que les associations du spectacle restent un « objet fiscal mal identifié »⁴.

Nombre d'associations ont dû s'accommoder, bon an mal an, de ce paradoxe en faisant un bilan comptable des choix possibles et en engageant des négociations au cas par cas. Si le Syndeac (Syndicat des entreprises artistiques et culturelles) a plutôt encouragé les organismes professionnels de la culture à s'acquitter des impôts commerciaux, quitte à obtenir des exonérations de taxe professionnelle, l'U-FISC donne, dès sa création, une portée beaucoup plus vaste à cette question, au-delà de calculs comptables à court terme : il s'agit ni plus ni moins de revendiquer la reconnaissance d'une façon d'entreprendre et d'exercer son activité professionnelle.

L'association dénonce ainsi l'inadaptation du droit fiscal, mais aussi du droit commercial et du droit du travail, vis-à-vis d'une situation qui, si elle est monnaie courante dans le monde de la culture, concerne aussi d'autres secteurs d'activité : « Ni le code du travail, ni le code des impôts, ni le code du commerce, ne conçoivent qu'un individu puisse avoir une activité professionnelle non lucrative, c'est-à-dire peu ou mal rémunérée par rapport à la qualité et à la quantité du travail fourni, mais tout de même entreprise, par sens de l'intérêt général ou désir d'achèvement personnel. Et ne le concevant pas, les codes ne l'autorisent pas vraiment : le bénévolat est assimilé au travail au noir ou à l'amateurisme, la création de spectacles sans moyens fait une concurrence déloyale au CDN (Centre dramatique national) local, l'association devient une entreprise lucrative déguisée pour échapper à l'impôt, etc. »⁵.

L'enjeu politique est d'importance au moment où l'espoir, fondé ou non, d'une sortie de crise réveille les réflexions des années soixante-dix sur la construction d'un « tiers secteur d'économie sociale et solidaire », thème longtemps polarisé autour des politiques d'insertion et de lutte contre le chômage⁶. Le rapport Delors-Gaudin de 1978 mentionnait déjà : « La

² Il s'agit de la Fédération (Association professionnelle des arts de la rue), de FéderCies (Fédération nationale des compagnies du spectacle vivant), de Fédurok (Fédération des lieux de musiques amplifiées), du Syndicat national des nouvelles formes des arts du cirque, de la FAMT (Fédération des associations de musiques et danses traditionnelles) et de la Fédération des scènes de jazz et musiques improvisées.

³ Nous suggérons de lire attentivement le texte de l'instruction fiscale (Bulletin officiel des impôts, n° 170 du 15 septembre 1998) : les expressions « secteur commercial » et « secteur lucratif » y sont utilisées indifféremment.

⁴ On trouvera un récit des tribulations qui ont abouti à la création de l'U-FISC dans le bulletin *FéderCies Infos*, sous la plume de Bertrand Krill.

⁵ *FéderCies Infos*, n° 12, premier trimestre 2000.

⁶ Sur la « réduction du tiers secteur à un sous-ensemble de la politique de l'emploi », lire Gomel B. (2000).

législation actuelle ne permet pas de trouver une structure qui permette de faire de l'économique en le dissociant du lucratif ». Il est, à cet égard, significatif que certaines fédérations de l'U-FISC aient pris langue avec la commission Lipietz afin d'être associées aux travaux actuels sur les perspectives du tiers secteur.

Les inquiétudes sur le devenir des emplois-jeunes dans le secteur culturel contribuent aussi à l'urgence de la réflexion, puisque la pérennité des emplois ne peut être envisagée indépendamment de la pérennité des structures. Faut-il alors redéployer un service public de la culture associant financements locaux et nationaux⁷ ? Développer les ressources propres par la conquête de nouveaux publics, dans une hypothèse de démocratisation marchande de la culture ? Faire reconnaître les entreprises artistiques et culturelles dans le champ du tiers secteur ?

L'objet de ce texte est d'aborder le statut de l'entrepreneuriat artistique et culturel comme une question d'économie politique, à condition d'entendre par statut, non seulement le statut juridique et le régime fiscal, mais plus généralement, la place reconnue par les pouvoirs publics et par la société civile à cette forme d'entrepreneuriat.

Dans une première partie, nous replacerons la question du statut de l'entrepreneuriat par rapport à certaines transformations récentes dans les mondes de l'art. Nous tenterons ensuite d'identifier les arguments mobilisés dans les débats politiques. Puis nous présenterons, à travers des situations concrètes, différents aspects et conséquences des ambiguïtés qui pèsent sur le statut de l'activité culturelle. Enfin, nous examinerons, dans une dernière partie, les raisonnements de la théorie économique susceptibles d'éclairer le débat.

L'ensemble du texte prend appui sur de nombreuses enquêtes de terrain : une première série d'enquêtes réalisée auprès d'artistes et de managers à l'occasion des Rencontres des cultures urbaines de La Villette en 1997, dans le cadre de la recherche « Activités artistiques et métissage : dynamique de création, professionnalisation et inscription urbaine »⁸ ; une deuxième série d'enquêtes, portant sur la « mise en œuvre du plan Nouveaux services emplois-jeunes dans le secteur culturel »⁹. Le traitement des entretiens semi-directifs doit beaucoup à l'usage du logiciel Prospéro© qui permet d'analyser finement de gros corpus de textes¹⁰.

Cette base de données n'est évidemment pas représentative du secteur culturel dans son ensemble. En revanche, elle rassemble des entretiens auprès de personnes concernées au premier chef par les interrogations sur le statut de l'entrepreneuriat artistique et culturel, soit parce qu'elles se sont engagées récemment dans un mouvement de professionnalisation, soit parce que leur participation au programme emplois-jeunes, en tant qu'employeur ou salarié, les contraint à une réflexion sur le devenir de leur activité.

⁷ Cf. *infra* rapport Chiffert A., Lecat R., Reliquet P. (1999).

⁸ Cf. Bureau M. C., Leymarie C., Mbia E., Shapiro R. (1999), rapport final pour le Plan Urbain Construction et Architecture.

⁹ Cf. Simonin B., Bureau M.C., Gomel B., Iehl C., Le Dantec E., Lemaître V., Leymarie C., Schmidt N, rapport final pour le ministère de la Culture (2000).

¹⁰ Le logiciel Prospéro© a été développé par Jean-Pierre Charriau et Francis Chateauraynaud dans le cadre de l'association DOXA.

I. TRANSFORMATION DES MONDES DE L'ART ET DÉMOCRATIE CULTURELLE

Ce n'est pas un hasard si les fédérations professionnelles à l'origine de l'U-FISC occupent une position un peu particulière dans le monde de la culture : elles regroupent principalement des petites structures associatives du spectacle vivant, faiblement subventionnées par le ministère de la Culture, exerçant leur activité artistique hors du domaine consacré de la « culture savante ». Très exposées aux incertitudes qui pèsent sur le statut de leur activité, elles désirent être partie prenante dans les débats politiques et économiques sur son devenir¹¹. On peut faire l'hypothèse que les associations concernées se caractérisent aussi par leur engagement dans un mouvement de transformation des « mondes de l'art » que P. Nicolas-Le Strat (1998) analyse en termes de « créativité diffuse » et qui trouve sa traduction politique dans le concept de « démocratie culturelle ».

1. La créativité diffuse

H. S. Becker (1988) définit un monde de l'art comme le « réseau de tous ceux dont les activités, coordonnées grâce à une connaissance commune des moyens conventionnels de travail, concourent à la production des œuvres qui font précisément la notoriété du monde de l'art ». Ses travaux marquent une étape capitale en sociologie de l'art, précisément parce que, passant outre à la figure du créateur individuel, ils ouvrent la possibilité d'une analyse des chaînes de coopération qui contribuent à la production et à la diffusion de l'art. Avec la notion de « créativité diffuse », P. Nicolas-Le Strat (1998) décrit l'approfondissement de ce mode de développement en réseau, entraînant la multiplication effervescente des lieux où l'art se diffuse : l'activité artistique déborde bien au-delà des espaces qui lui étaient consacrés, irriguant de plus en plus des secteurs de la vie économique et des espaces de la vie quotidienne, « déstabilisant progressivement les formes et les lieux historiques de la diffusion des œuvres ». La créativité diffuse se donne à voir à travers le succès des arts de la rue, les résidences d'artistes, l'essor du théâtre d'appartement et des « petites formes », les expositions organisées en dehors des galeries, les portes ouvertes en tous genres, la multiplication des festivals, etc., mais aussi à travers la mobilisation intensive de talents artistiques dans la publicité, la conception technique, la communication, etc.

Pour P. Nicolas-Le Strat, cette mutation qui suscite de nombreuses controverses (risque de dépréciation de l'art, accusations de concurrence déloyale, etc.) affecte la figure même de l'artiste : à l'« époque de la créativité diffuse », l'ingéniosité entrepreneuriale se déploie à même le travail artistique, l'artiste, sous la pression de la nécessité, devient « entrepreneur de lui-même » et « les dispositions commerciales s'inscrivent directement dans le prolongement des préférences esthétiques », afin de réussir à « vivre de son art ».

À l'issue d'une enquête auprès de dix organisations artistiques, E. Chiapello (1998) conclut avec une certaine surprise, que « le refus du management n'est pas présent dans tous les mondes de l'art » et elle ajoute que la vocation plus ou moins commerciale de l'organisation ne suffit pas à épuiser la question. Pour l'auteur, le management tendrait même à adapter ses pratiques de façon à préserver la spécificité du projet artistique : « Loin de mutiler l'artiste et

¹¹ Bertrand Krill écrit ainsi dans le bulletin *FéderCies Infos* : « Le ministère de la Culture est absent lors des assises de la vie associative, absent des discussions autour des politiques de la ville, absent lorsqu'on dresse un bilan/perspectives des emplois-jeunes, absent des réflexions autour de la mission Lipietz, sur un statut pour les entreprises d'utilité sociale, tous domaines incontournables pour qui veut aujourd'hui mener une action culturelle digne et utile à ses concitoyens ».

son œuvre, le voilà même aujourd'hui s'interrogeant sur la meilleure manière de favoriser l'innovation».

Dans les entretiens réalisés auprès d'artistes et de managers programmés aux Rencontres des cultures urbaines, la continuité entre projet esthétique et stratégie entrepreneuriale s'exprime à travers le rôle du concept artistique : en tant qu'il définit l'originalité de l'artiste, le concept coïncide avec un créneau commercial, permet d'émerger du lot, de se faire une place au soleil dans un milieu caractérisé par une course effrénée à l'innovation. De plus, contrairement aux musiciens de danse évoqués par H. S. Becker (1985), ces artistes ne considèrent pas le public comme des « caves » incapables de juger leur art, ils entendent au contraire être accessibles à tous, se faire connaître, tourner un peu partout et ne mettent pas en opposition la reconnaissance artistique auprès du milieu professionnel avec le succès auprès d'un large public.

Comment cette transformation des mondes de l'art s'inscrit-elle dans la dynamique du système capitaliste ? Pour P. Nicolas-Le Strat, la créativité diffuse correspond à la phase où « après s'être emparé de l'œuvre et en avoir assuré la reproduction industrielle, le capitalisme s'empare de l'activité de création et assure sa reproductibilité à travers sa professionnalisation massive »¹².

Pour L. Boltanski et E. Chiapello (1999), la critique artiste des années soixante-dix a été en grande partie récupérée, endogénéisée par le système capitaliste, contribuant ainsi à l'avènement d'un « nouvel esprit du capitalisme » qui intègre la valeur de créativité et répond aux exigences d'autonomie. En comparant la littérature de management destinée aux cadres à trente années d'intervalle, les auteurs mettent en évidence les éléments saillants de ce nouvel esprit, dont les maître-mots sont : projet, réseau, rencontre, activité, médiateur, partenariat, flexibilité, etc. Lorsqu'on analyse les entretiens réalisés auprès de managers et d'administrateurs d'associations culturelles, la similitude est troublante : les mots-clés sont assez précisément les mêmes, à l'exception de la flexibilité, terme peu usité dans le milieu culturel.

On ne saurait se limiter à relever cette congruence avec le nouvel esprit du capitalisme sans rappeler les formes de résistance que ces entreprises culturelles opposent à la logique d'accumulation, résistance dont le refus d'une « profitabilisation forcée » constitue un signe éloquent¹³, ni sans s'interroger sur les rapports concrets qu'elles entretiennent avec les acteurs du système capitaliste.

Si l'on admet, avec F. Braudel (1979), que les acteurs du capitalisme doivent être distingués des acteurs de l'économie « routinière » de marché, qu'ils œuvrent dans une zone d'ombre, « qui est celle des calculs et de la spéculation », une « zone supérieure » de l'économie, au sens où elle se place au-dessus des règles de l'économie de marché, on s'intéressera surtout aux rapports que les entreprises associatives culturelles entretiennent avec les *majors* et les grandes entreprises privées qui font du mécénat. On s'aperçoit alors, d'une part que ces rapports sont pratiquement limités au monde de la musique (qui offre des possibilités de profit bien plus élevées que la danse ou le théâtre) et à quelques compagnies de danse *hip hop* (sponsorisées par des grandes marques de vêtements de sport) ; d'autre part que, lorsque ces rapports existent, les associations se protègent d'un rapport de force défavorable en limitant l'étendue de la coopération et/ou en diversifiant les partenaires afin de préserver une relative autonomie. Certes, les *majors* trouvent leur intérêt à laisser exister dans leur orbite ces

¹² Nicolas-Le Strat P., *op. cit.*

¹³ L'expression « profitabilisation forcée » a été employée lors des réunions qui ont abouti à la création de l'U-FISC.

laboratoires d'innovation dans lesquels ils viennent puiser sans prendre trop de risques, mais les associations n'apparaissent pas tout à fait démunies de ressources face à elles : dans le *hip hop* et les musiques actuelles en particulier, elles n'hésitent pas, le cas échéant, à les mettre en concurrence et s'efforcent, en tout état de cause, d'éviter une relation de dépendance exclusive.

En revanche, la plupart des associations sont prises dans des configurations enchevêtrées de liens avec les pouvoirs politiques aux différents niveaux du territoire. C'est vis-à-vis de ces institutions, elles aussi suspectes d'œuvrer dans des zones d'ombre, que se manifeste la plus vive ambivalence : d'un côté, désir de reconnaissance et de soutien financier ; de l'autre, méfiance et crainte de voir dénaturé le sens de son activité par des contraintes qui lui sont étrangères. La relative indétermination des champs de compétences qui a accompagné la décentralisation culturelle contribue sans doute à entretenir la confusion. On peut faire l'hypothèse que le devenir des entreprises associatives culturelles se joue pour l'essentiel dans ces écheveaux de liens, selon la faculté de discernement dont les responsables font preuve, sinon dans le choix tout au moins dans la poursuite de leurs partenariats.

2. Démocratie culturelle

La créativité diffuse trouve sa traduction socio-politique dans le concept de « démocratie culturelle ». Comme le montre R. Moulin (1992), celui-ci s'impose de plus en plus au cours des années quatre-vingt par rapport à la « démocratisation culturelle », paradigme dominant des années soixante. La stratégie de démocratisation, d'accessibilité pour le plus grand nombre aux œuvres de l'art et de l'esprit, repose sur une conception universaliste de la culture et s'accompagne nécessairement d'un certain prosélytisme. Les enquêtes du ministère de la Culture et de la Communication (1990) sur « les pratiques culturelles des Français » montrent un relatif échec de cette stratégie : entre 1973 et 1989, le nombre et l'appartenance sociale des Français concernés par le « noyau dur de la culture classique » n'ont guère évolué.

En revanche, le principe de démocratie culturelle, qui a inspiré une partie de la politique de Jack Lang, s'appuie sur une conception plus relativiste de l'action culturelle et remet en cause tant les hiérarchies esthétiques que les limites même de l'art. Il en résulte une ouverture à une plus grande pluralité d'expressions, mais aussi un risque d'anomie qui pèse sur la certification artistique. Le « tout est art, tout le monde est artiste » a pu être dénoncé avec verve par M. Schneider (1993). Et la lutte que mènent les danseurs de *hip hop* pour la reconnaissance de leur art prouve à quel point la certification artistique conserve sa valeur à leurs yeux et demeure l'objet d'une conquête.

Fait significatif, la démocratie culturelle a acquis le statut de premier concept intégrateur pour le Conseil de l'Europe : « Appliqués au domaine de l'éducation et de la culture, ces principes (i.e liberté individuelle, démocratie, respect des droits de l'homme) ont progressivement engendré la formulation du concept de démocratie culturelle qui, dépassant celui de démocratisation de la culture - lequel recouvre l'ensemble des efforts développés pour offrir au plus grand nombre, dans la plus complète égalisation des chances possible, l'accès au patrimoine et aux manifestations culturelles, - entend affirmer la nécessaire participation de tous, en tant qu'acteurs et participants critiques, à l'élaboration de la culture comprise comme ensemble des valeurs qui donnent aux humains leurs raisons d'être et d'agir »¹⁴.

¹⁴ Préambule de la déclaration européenne d'objectifs culturels, Berlin, 25 mai 1984.

Si la distinction conserve sa pertinence, ne serait-ce que pour rendre lisible l'histoire des politiques culturelles, on peut faire l'hypothèse que la limite entre les deux principes d'action tend à s'estomper ou plus précisément qu'ils s'enchevêtrent de plus en plus dans les faits. En observant la mise en œuvre du dispositif emplois-jeunes dans le secteur culturel, on s'aperçoit par exemple que les stratégies de recherche de nouveaux publics, rôle dévolu à beaucoup de jeunes fraîchement recrutés, se déploient au confluent entre démocratisation de la culture (politique tarifaire en faveur des jeunes, organisation d'activités périphériques médiatrices autour des spectacles, interventions dans les écoles, etc.) et démocratie culturelle (aide à la professionnalisation artistique, créations réunissant professionnels et amateurs, valorisation d'une pluralité d'expressions culturelles, etc.), sans qu'il soit souvent possible de départager l'un et l'autre.

Élaboré à partir de l'expérience vécue ou transmise de la migration, le thème du métissage se diffuse, comme revendication de la part de certains artistes d'une innovation basée sur la transgression des frontières entre disciplines artistiques, entre héritages culturels, entre milieux sociaux. Il s'oppose, tant aux cloisonnements de la culture savante qu'aux usages de l'expression culturelle comme affirmation identitaire (rattachement aux cultures traditionnelles) ou signe d'appartenance à un milieu (par exemple, le *hip hop* « pur et dur »). On peut y voir une tentative de dépassement de l'opposition entre conception universaliste et conception particulariste de l'État républicain. En ce sens, son destin apparaît pleinement lié à celui de la démocratie culturelle, même si l'usage débridé du terme, souvent à des fins de valorisation médiatique, rend peu justice à son enracinement dans une expérience vécue et parfois douloureuse¹⁵.

Les incertitudes et les débats sur le statut de l'entrepreneuriat surgissent dans ce contexte où les progrès de la démocratie culturelle vont de pair avec une intrication de plus en plus étroite, mais non une simple subordination, au « monde connexioniste »¹⁶, visage actuel du capitalisme.

II. DÉBATS POLITIQUES

La question du statut de l'activité artistique et culturelle se trouve implicitement ou explicitement posée dans plusieurs scènes de débat public, que ce soit à l'occasion de la réflexion sur la pérennisation des emplois-jeunes, lors des travaux préparatoires à un projet de loi sur l'organisation d'un tiers secteur d'économie sociale et solidaire ou lors des consultations réalisées sur les moyens juridiques de rénovation des services publics culturels locaux.

1. Entrepreneuriat culturel et devenir des emplois-jeunes

L'observation de la mise en œuvre du programme emplois-jeunes dans le secteur culturel révèle un certain déphasage entre pouvoirs publics et acteurs associatifs qui se manifeste dès la négociation des contenus de poste. En effet, face aux services instructeurs, les employeurs associatifs doivent argumenter l'utilité des postes qu'ils désirent créer en prenant appui sur l'identification de nouvelles activités et/ou de nouveaux besoins à satisfaire. Or, la plupart des

¹⁵ Cette question, qui nous semble cruciale, fera l'objet d'une réflexion autonome.

¹⁶ Pour reprendre l'expression de Boltanski L. et Chiapello E., *op. cit.*

employeurs responsables d'associations se situent dans une perspective de développement global de leur projet associatif plutôt que dans une démarche de réponse à une nouvelle demande identifiée. Ils perçoivent d'abord la mesure emplois-jeunes comme une opportunité de stabiliser enfin la force de travail dont ils ont besoin pour poursuivre leur développement dont les dimensions artistique, économique, éthique, sociale sont, de fait, inextricablement mêlées.

On peut interpréter ce (relatif)¹⁷ malentendu comme issu de la confrontation entre deux logiques : une logique politique de développement d'activités, considérées comme légitimes à partir du moment où elles répondent à une demande mal prise en compte par le marché et par les services publics ; une logique, portée par les acteurs associatifs, de construction progressive d'une offre par expérimentation, guidée par la force propre du projet artistique et par une perception intuitive des attentes du public, plus que par une évaluation raisonnée des besoins¹⁸.

La fortune ambiguë, dans le programme emplois-jeunes, du mot « médiateur » en donne un exemple révélateur. Les responsables associatifs ont rapidement compris qu'il s'agissait d'un mot-clé, facilitant beaucoup l'accord des services instructeurs. Néanmoins, le terme fait l'objet de nombreuses critiques au sein du milieu associatif : autant la fonction de médiation est généralement considérée comme partie intégrante du travail dans les associations culturelles, autant beaucoup dénoncent une certaine hypocrisie attachée à l'injonction d'innovation dans la terminologie et se déclarent sceptiques quant à l'intérêt de fonder une professionnalité sur cette notion de médiation, plutôt que de faire évoluer les métiers plus anciens des relations publiques et de la communication.

Si l'on écoute les responsables associatifs parler de l'avenir, les interrogations sur la pérennisation des emplois-jeunes dans le secteur culturel rejoignent amplement les questions soulevées par le statut de ces organismes. La plupart des responsables associatifs envisagent d'accroître leurs ressources propres, ne serait-ce que pour gagner en autonomie. En revanche, la perspective d'autofinancement total du poste au terme des cinq ans leur apparaît le plus souvent irréaliste. Or, on peut faire l'hypothèse que la mise en œuvre du programme emplois-jeunes contribue à engager de nombreuses micro-structures associatives culturelles, jusque-là faiblement subventionnées par l'État, dans des démarches de service public, au sens où elles se caractérisent par différentes actions d'élargissement des publics (spectacles de « petite forme », actions pédagogiques, résidences d'artistes, etc.), assorties de tarifs modérés. Qu'advient-il de ces structures à l'issue des cinq ans de financement public ?

Ce qui frappe le plus dans les entretiens avec les responsables, c'est à la fois une forte réticence à s'engager dans une politique commerciale offensive, et en même temps une vive perplexité face aux pressions de l'environnement, qui se traduit par des interrogations « tous azimuts » quant aux stratégies à adopter pour envisager la stabilisation des emplois. L'équivoque attachée à l'objectif « recherche de nouveaux publics » fait perdurer l'indétermination : si les employeurs sont incités par les services instructeurs à expliciter une stratégie de développement de leurs ressources propres à partir de cette conquête de nouveaux publics, ils mesurent bien les limites de l'exercice, dans la mesure où ils restent attachés à une politique de prix modérés et, souvent, à la poursuite d'un travail éducatif peu rémunéré.

¹⁷ Cette divergence de logiques aboutit en effet rarement au rejet des dossiers dans la mesure où les pouvoirs publics et les acteurs associatifs se rejoignent totalement sur l'objectif de création d'emplois pour les jeunes.

¹⁸ Sur la distinction entre une logique de « nouvelle croissance » et une logique de « nouvelle demande », voir Gomel B., *op. cit.*

2. Entrepreneuriat culturel et tiers secteur

Les travaux de la commission Lipietz sur « l'opportunité d'un nouveau type de société à vocation sociale » portent la trace des mêmes ambiguïtés¹⁹. En effet, le rapport intègre l'action culturelle dans le champ du « tiers secteur d'économie sociale et solidaire » à partir de sa dimension communautaire, considérant que la culture est « par nature » un bien collectif, et que l'activité culturelle est intimement liée à l'existence de communautés dans des territoires. « Nous entrons maintenant, selon le mot de Ph. Foulquié (directeur de La Friche Belle de mai à Marseille) dans une troisième période de la politique culturelle », où la société civile (les citoyens, les producteurs artistiques) s'organise comme émettrice et consommatrice collective d'œuvres et d'activités culturelles ».

Mais quelques pages plus loin, le rapport salue l'instruction fiscale du 15 septembre 1998 comme « l'étape actuellement la plus avancée de légitimation des pratiques de financement mixte » dans le secteur associatif et considère qu'elle « définit avec précision (par la règle des quatre P²⁰) une « niche » non concurrentielle avec le secteur privé, qui est celle du Tiers Secteur ». Le tiers secteur se trouve alors défini non plus positivement, à partir de sa dimension communautaire, mais en creux, à partir du critère de non-concurrence effective.

Dans le domaine de la culture, la notion de concurrence est particulièrement problématique. Si l'on se réfère à la singularité de l'œuvre d'art (ou même du projet culturel), cette singularité vide entièrement de son sens la notion de concurrence. Mais si l'on se réfère aux besoins, la concurrence peut alors être appréciée, soit par rapport au territoire, en termes d'aménagement culturel du territoire (par exemple, y a-t-il d'autres théâtres dans la ville ?), soit par rapport au genre artistique (par exemple, combien y a-t-il de scènes de jazz en France ?), soit encore par rapport à d'autres modes de loisirs. L'absence d'un minimum d'accord sur cette question laisse la porte ouverte aux interprétations les plus contradictoires et il paraît quelque peu absurde de laisser à l'administration fiscale la responsabilité d'apprécier les situations de concurrence.

3. Entrepreneuriat culturel et service public local

La perspective adoptée dans le rapport Lecat est plutôt celle d'un volontarisme politique faisant de la culture un bien fondamental, tutélaire (cf. *infra*), au même titre que l'éducation : « Plus profondément encore, la création d'un établissement public, que beaucoup souhaitent spécifique au secteur culturel, est vécue comme un enjeu significatif de la place que la société française accorde à l'action culturelle dans notre pays : la culture qui s'appuie aujourd'hui sur un ensemble de services publics non obligatoires, contrairement à ce que l'éducation nationale est devenue depuis Jules Ferry, se verra-t-elle enfin reconnue comme un élément essentiel des valeurs fondatrices de la République ? »²¹.

¹⁹ Rapport d'étape relatif à la lettre de mission du 17 septembre 1998 de M. Aubry à A. Lipietz (1999).

²⁰ L'instruction fiscale apprécie la situation de concurrence à partir de la « règle des quatre P » : produit, prix, public, publicité. Plus précisément, pour être considérée comme non concurrentielle :

- L'association doit satisfaire un besoin qui n'est pas pris en compte par le marché ou de façon peu satisfaisante,
- ou alors, elle doit s'adresser à un public justifiant l'octroi d'avantages particuliers (chômeurs, handicapés...);
- le prix pratiqué doit être nettement inférieur par rapport aux services similaires proposés par le secteur lucratif (il peut s'agir de tarifs modulés en fonction de la situation des clients);
- le caractère commercial des méthodes utilisées (en particulier le recours à la publicité) est considéré *a contrario* comme un indice de lucrativité.

²¹ Chiffert A., Lecat R., Reliquet P., *op. cit.*

Le rapport s'interroge alors sur l'opportunité de créer un nouveau statut juridique, à savoir un statut d'établissement public local qui permette un éventuel financement croisé entre État et collectivités territoriales, lorsque l'organisme culturel a une double vocation locale et nationale : « Pour la gestion de ces institutions, nous préconisons comme étant devenue absolument nécessaire à leur préservation et à leur développement la mise en place d'une organisation sectorielle de la coopération entre les collectivités territoriales et l'État, propre à la culture, comme cela a été fait pour les grands services publics de l'éducation ou de la santé ».

Quel que soit l'intérêt de cette réflexion, elle laisse pour l'instant dans l'ombre le tracé de la frontière entre service public et secteur associatif : si le rapport reconnaît explicitement le rôle des associations, il ne permet pas d'apprécier jusqu'où le service public local de la culture serait appelé à s'étendre ni, par conséquent, quel serait l'espace laissé à l'initiative d'une démarche associative.

Dans le même esprit, la « charte des missions de service public », considérée par C. Trautman comme un document politique majeur, cherche à faire entendre « une parole forte et claire de l'État »²². Elle représente une initiative notable pour définir des principes généraux guidant la contractualisation des relations entre pouvoirs publics et organismes subventionnés du spectacle vivant. Mais, à l'heure actuelle, elle ne concerne que les organismes bénéficiant d'une convention ou d'un contrat d'objectifs et laisse de côté une myriade d'associations soumises à la précarité financière parce que contraintes de négocier annuellement leurs subventions.

Ainsi, les débats politiques font place, d'un côté à l'affirmation d'un État souverain pour lequel la culture est un bien tutélaire et de l'autre, à un ensemble mouvant de réflexions, hésitant entre alignement sur le secteur lucratif et définition d'une troisième voie, à condition qu'elle ne concurrence ni le service public ni le secteur lucratif. B. Gomel voit dans l'assimilation du « commercial » au « lucratif » une tentative de reprise du monopole de l'État quant à la définition de l'intérêt général²³.

Nous proposons maintenant de présenter, à travers six exemples, les contraintes, les incertitudes et les possibles qui caractérisent un entrepreneuriat artistique et culturel vulnérable, menacé dans sa survie même par les incertitudes qui pèsent sur son statut.

III. SIX HISTOIRES D'ENTREPRISES CULTURELLES

Les histoires qui vont suivre ont été choisies parmi quelques dizaines d'autres, sans souci de représentativité, parce qu'elles manifestent différentes façons de devenir entrepreneur culturel et de se débattre avec les contraintes inhérentes à cette position, de réfléchir au sens et au devenir de l'activité culturelle et de réagir aux évolutions de l'environnement, de donner du contenu à la notion de démocratie culturelle.

²² « La charte des missions de service public pour le spectacle vivant », *Lettre d'information du ministère de la Culture et de la Communication*, décembre 1998.

²³ Gomel B., *op. cit.*

1. Statut d'activité et démêlés avec l'administration fiscale

Les deux premières histoires mettent en scène les errements de l'administration fiscale dans leurs rapports avec des entreprises non lucratives du spectacle vivant, en l'occurrence une compagnie de théâtre de rue et un café-musique en milieu rural, nées l'une et l'autre sur la base de relations d'amitié étroites et d'une passion commune. Ces histoires montrent aussi, en particulier la deuxième, comment l'indétermination du statut de l'activité pèse sur les relations avec les collectivités locales.

1.1. Une compagnie de théâtre de rue aux prises avec le fisc (exemple A)

Pascal débute sa carrière dans le théâtre de rue à la fin des années soixante-dix, « à l'époque où la manche marchait très bien », « dans le style saltimbanque à l'ancienne ». C'était à l'origine « un acte militant » et Pascal revendique encore aujourd'hui la fidélité à son engagement premier, la résistance à l'institutionnalisation des arts de la rue, le refus de se vendre « pour trois kopecks à l'institution ». La compagnie est créée en 1984 dans le but de faire du spectacle pour enfants, simplement pour « se mettre en règle ». Pascal dirige alors bénévolement un petit théâtre dont les locaux sont prêtés par le club Léo Lagrange et bénéficie par ailleurs du statut d'intermittent pour ses spectacles. Vers 1985/86, Pascal commence des interventions de rue, très militantes, sous forme de *happenings*, de faits divers dans le milieu urbain. À partir de là, la compagnie développe un travail sur les rituels et les tabous, « sexe, mort, bouffe indissociablement liés ».

En 1987, Pascal propose à une grande ville de la région Rhône-Alpes un projet de festival d'humour scène/rue, pour un budget d'environ quatre millions. Malgré un gros succès pour le spectacle de rue, le festival se solde par un échec financier retentissant et Pascal se retrouve « grillé » dans la région. Il a alors l'opportunité de partir dans le Midi pour organiser un festival de musiques métisses : au bout d'environ deux ans, le maire lui met le marché en main et lui confie, malgré sa réticence, la direction du service culturel en plus du festival.

En 1991, son contrat ayant été suspendu du jour au lendemain, Pascal décide de se consacrer entièrement à la compagnie. Une série de créations en 1992 rencontrent un vif succès, rapidement international, en particulier en Europe de l'Est. Pour Pascal, tous les membres de la troupe ont leur propre compagnie, leur travail propre, et l'association est « une espèce de récréation, de défouloir d'amitié et de respect entre nous », une sorte de « joute artistique » basée sur l'improvisation. Pascal considère son statut au sein de la compagnie comme indéfinissable : « Je suis l'âme de la compagnie, je suis le vendeur, je suis celui qui conçoit les concepts des spectacles. Je suis rémunéré comme comédien, le reste c'est du bénévolat ».

La vente de spectacles représente l'essentiel des revenus de la compagnie, à côté de quelques aides à la création (50 000 F du département, aides ponctuelles de la région et du ministère de la Culture). Le budget annuel oscille entre un million et un million et demi. La compagnie tourne beaucoup, d'autant plus que les frais sont réduits au minimum (véhicule léger, peu de décors, pas de répétitions, etc.).

Lorsqu'il s'interroge sur la pérennisation du poste emploi-jeune qu'il a créé, Pascal envisage deux solutions : soit développer les subventions, soit obtenir un provisionnement qui permette d'utiliser les revenus des années fastes pour assurer le fonctionnement lors des années creuses. Mais le provisionnement suppose une négociation avec l'administration fiscale. Or, Pascal a connu des années de démêlés avec le fisc. En 1988, sur le conseil d'un formateur (arguant du fait qu'il fallait mieux anticiper sur une fiscalisation prochaine), il avait fiscalisé son activité (IFA, IS et TVA). Il lui a fallu attendre 1995/96 pour découvrir, lors d'une table

ronde réunissant quarante compagnies françaises de théâtre de rue, qu'il était le seul à payer l'IS (impôt sur les sociétés) et l'IFA (impôt forfaitaire annuel) ! Il engage alors un contentieux avec le service des impôts, prenant appui sur un jugement favorable rendu par le tribunal administratif d'Aix-en-Provence pour une autre compagnie de théâtre de rue. Le chef de service accepte de tout bloquer. Mais deux ans plus tard, à la suite d'un autre jugement rendu en sens inverse, il réclame à la compagnie deux années d'arriérés d'impôts !

1.2. Un lieu de concert en milieu rural menacé par l'indétermination du statut (exemple B)

Après une dizaine d'années d'existence d'un café-musique en milieu rural, grâce à la mobilisation d'un réseau de bénévoles passionnés de musique, la création d'une association en 1990 répondait à un triple objectif : séparer l'activité « organisation de concert » de l'activité « bar » ; mener à bien un projet d'équipement « sons et lumière » du lieu de concert ; mettre en avant le travail des bénévoles.

L'embauche d'Arnaud intervient au moment où le bénévolat atteint ses limites (lassitude des bénévoles, difficulté à faire circuler l'information, etc.) pour une structure qui organise plus de vingt concerts par an. Lui-même ancien bénévole, par ailleurs employé au bar jusqu'à son contrat emploi-jeune, Arnaud prend en charge l'organisation pratique des concerts et devient l'interlocuteur permanent des différents partenaires du projet associatif.

Labellisée Smac (Scène de musique actuelle), l'association reçoit à ce titre une subvention de la Drac (Direction régionale des affaires culturelles). Néanmoins l'essentiel de ses ressources (environ 500 000 F annuels) provient de la billetterie, d'autant plus que les rapports avec la municipalité souffrent de l'ambiguïté qui pèse sur le statut de la structure : « Ils ne comprennent pas cette démarche-là. Au niveau du ministère, ils ont essayé de développer cette espèce de concept café-musique qui fait un mixte entre économie et culture, mais au niveau local, ça passe très mal ». Dès lors, la mairie ne paie pas, arguant du fait qu'elle ne sait pas à quelle structure verser la subvention... L'un des fondateurs ajoute avec quelque amertume : « Ils ne font absolument pas la différence entre une structure comme la nôtre et un bar qui organise des concerts pour faire plaisir à sa clientèle, où les musiciens jouent entre la pompe à bière et le flipper ».

Pilier de l'association depuis sa création, ce responsable avoue être moins optimiste quant à la pérennité du poste qu'au moment de la signature du contrat, même s'il se déclare déterminé à l'obtenir (« je me battraï pour que cet emploi soit pérennisé par tous les moyens). Entre temps, l'association a subi une réévaluation de TVA sur la billetterie. Le responsable incrimine à cet égard l'absence de cadre précis et stable, qui met la structure à la merci de fluctuations, aux dépens de sa survie : « J'ai l'espoir que les organisations professionnelles s'attachent à ce dossier qui est vraiment un gros dossier, mais je pense que c'est la question de la survie de ces petites jauges. (...) Quasiment toutes les structures avec qui j'ai des relations professionnelles ont ce type de montage mi-associatif mi-société, donc il y a beaucoup de mal à trouver un cadre unique qui s'applique à chacun ».

Les hypothèses de pérennisation oscillent entre développement de prestations autour du lieu de concert (stages, résidences, festivals, etc.), partenariats locaux pour obtenir une meilleure reconnaissance de la municipalité et recours à la Drac. Mais en même temps, l'employeur encourage Arnaud à se « faire un répertoire de noms »...

2. Missions de service public et précarité des financements (exemple C)

L'histoire suivante témoigne de la difficulté pour une association culturelle de concilier mission de service public et pérennité des emplois en l'absence d'un conventionnement pluriannuel avec la puissance publique. Elle relate ainsi une situation commune à toutes les petites associations qui ne bénéficient pas d'un conventionnement stable avec les pouvoirs publics, alors même qu'elles s'inscrivent pleinement dans un objectif de démocratie culturelle.

L'association, qui a été une véritable pépinière pour de nombreuses entreprises culturelles, est née en 1983 de la volonté d'un homme de théâtre d'expérimenter un « croisement de l'art, de l'éducatif et du social » dans une banlieue alors agitée de « turbulences » graves, menacée d'« implosion ».

Dans un but d'action culturelle, l'association recherche le décloisonnement entre disciplines artistiques : « Pour toucher des populations qui ne sont pas familières de l'activité culturelle et artistique, il faut d'autant plus proposer une palette de possibles culturels ». L'activité de l'association donne un bel exemple d'enchevêtrement entre les deux principes de démocratisation et de démocratie culturelle. Elle allie en effet professionnalisation de danseurs et essaimage de compagnies *hip hop* ; animation régulière d'ateliers pluridisciplinaires, diffusion de spectacles de théâtre « de petite forme » et action éducative dans les écoles.

La dimension éducative, centrale dans la philosophie de l'association, est pleinement défendue par l'administrateur comme une mission de service public : « Il faut venir dans les endroits où on a joué, on comprendrait. Il faut quand même un peu la foi des premiers chrétiens pour faire ça, pour le faire dans la durée, j'entends, pas seulement quand on est en résidence et qu'on a du fric pour ça, mais de faire ça depuis des années, il faut vraiment concevoir son activité comme une mission d'intérêt général, un service public ».

Pour remplir cette mission, l'association ne bénéficie d'aucun conventionnement. Il en résulte une fragilité financière, une dépendance, tant vis-à-vis des fluctuations du politique (par exemple, subventions de la région Rhône-Alpes) que vis-à-vis du jugement médiatique parce qu'il influence les financeurs dans « une société du bluff et de l'apparence ». Le budget représente un peu plus d'un million de francs : 40% de ventes de prestations, subventions de la municipalité, de la Drac, du Fas (Fonds d'action sociale) et de la région. Le directeur reconnaît être soutenu par la mairie, mais estime que cette aide n'est pas à la mesure de l'impact symbolique de son association, du sens produit par son activité.

L'association a recruté deux emplois-jeunes afin de renforcer son action auprès des écoles, de développer la coordination avec les enseignants, les élèves et les parents lorsqu'elle présente des spectacles en milieu scolaire. L'incertitude sur le statut de l'activité se fait ici sentir lorsqu'il s'agit d'envisager l'avenir de ces emplois. Comme la politique tarifaire, conçue dans un objectif d'accessibilité pour tous, interdit d'augmenter le prix des spectacles, et comme la dimension éducative ne fait pas l'objet d'un financement spécifique, la pérennité des emplois oblige à revoir la stratégie d'ensemble : « Est-ce qu'il faut changer un peu de stratégie ? Est-ce qu'il peut y avoir des produits qui soient un peu plus porteurs en termes économiques pour éventuellement offrir des perspectives de pérennisation ? C'est un débat sain au sein de la structure ». D'autant plus que « la culture *hip hop* peut rapporter beaucoup d'argent aujourd'hui ». Mais la réticence reste forte et la jeune fille recrutée avec un CEJ (contrat emploi-jeune) estime « qu'on ne pourrait pas vivre qu'avec du commercial. Et puis ce ne sont pas non plus les objectifs de l'association ».

3. Dénicher les talents : une mission de service public ?

Les histoires suivantes présentent des acteurs associatifs désireux d'assumer le rôle de détection de nouveaux talents, mais de façon non lucrative. La non lucrativité permet à ces acteurs d'être accessibles à des artistes qui ne disposent pas des ressources nécessaires (argent et réseau) pour se faire reconnaître dans d'autres circuits de diffusion. En se positionnant comme tremplin, ils n'entendent pas tirer profit de leurs découvertes. Dans le premier cas, l'ambiguïté est accrue par la pluralité des objectifs de l'association puisque celle-ci assure aussi une mission patrimoniale, ainsi qu'un rôle éducatif auprès des enfants et des jeunes. Cette pluralité, qui contribue pourtant à la magie du lieu (aux dires des jeunes salariés), ne facilite guère les rapports avec les institutions.

3.1. Des ressources non marchandes pour assumer les risques de l'innovation (exemple D)

L'association s'est constituée en 1997, dans le but de « permettre à des jeunes artistes qui créent de la musique électronique d'accéder aux milieux de l'édition et de la distribution musicale, à des coûts compatibles avec leurs moyens financiers ». Considérant la frilosité des grosses maisons de disque vis-à-vis de la musique « techno », deux jeunes compositeurs saisissent l'opportunité du programme emplois-jeunes pour se salarier eux-mêmes, en proposant deux types de service : un service d'édition de maquettes à moindre coût pour tous les jeunes musiciens intéressés ; un service de production et de promotion pour les artistes qu'ils sélectionnent sur des critères de qualité artistique.

L'association bénéficie du réseau de distribution des labels indépendants, mais par ailleurs elle a passé contrat avec un distributeur associé à une moyenne *major*, ce qui lui donne accès pour les disques qui se vendent le mieux au réseau de distribution généraliste (Fnac, Mégastore). Les deux jeunes salariés considèrent que leur très bonne connaissance de la musique « techno » et du « monde de la nuit » leur permet de détecter les talents, ce que les *majors* ne prennent ni le temps ni le risque de faire. La confiance établie avec leur partenaire leur assure une certaine autonomie dans le choix des artistes (« on n'a pas de compte à rendre à une *major* »), tout en sachant que cette autonomie reste limitée : « On essaie de ne pas faire trop d'erreurs non plus ».

Si leur activité se développe sur la base de ressources non-marchandes, en particulier un engagement considérable au regard de ce qu'ils gagnent (« en ce moment, au niveau personnel, on fait d'énormes sacrifices ») et de l'aide publique aux postes emplois-jeunes, ils ont conscience des possibilités de gains qu'elle offre à terme, si le marché se développe²⁴. Ils semblent néanmoins tenir à leur statut associatif qui leur permet de garder le « côté artistique » ainsi que leur éthique.

Ils s'adressent en priorité à des jeunes qui n'ont pas les moyens de payer 5 000 francs pour un *master*, mais se défendent pour autant de « faire du social » et entendent maintenir des critères artistiques de sélection : « On n'est pas mère Teresa ». Compte tenu des tarifs qu'ils pratiquent et de leur rôle de simple tremplin qui les met plus en complémentarité qu'en rivalité avec les *majors*, ils estiment ne faire concurrence à personne.

²⁴ Le rôle du bénévolat spécialisé dans l'innovation entrepreneuriale au sein du secteur culturel a pu être mis en évidence par A. Lefebvre (1986).

3.2. Valorisation du patrimoine et création artistique : défendre sa singularité (exemple E)

Créée en 1978 pour sauver de la faillite un atelier de lithographie, l'association s'est donnée pour objet la sauvegarde et le développement des techniques de gravure et de lithographie, la transmission des savoir-faire, la poursuite de la recherche dans le domaine de l'estampe. Elle allie ainsi une vocation patrimoniale (conserver et faire connaître des techniques anciennes) à une vocation de production artistique (édition d'estampes et de livres d'art).

Le budget annuel avoisine deux millions de francs, dont environ deux tiers de subventions (municipalité, Drac, région, département). Les ressources propres correspondent aux ventes d'estampes, aux travaux d'impression, aux expositions, aux stages et aux adhésions. L'association souffre d'un déficit chronique qui, compte tenu du relatif désengagement de la Drac, l'oblige à revoir sa stratégie. Incitée par la Drac à développer la promotion commerciale, l'association a recruté trois personnes en CEJ : le premier, « chargé de promotion en direction d'un nouveau public », rédige des documents de communication (catalogues, fiches d'artistes) en direction du public ; le deuxième, « agent de la mémoire et du savoir-faire » travaille en fait à l'atelier, où il concourt à la production ; quant au troisième, « agent de promotion de la lithographie d'art », il a été recruté pour améliorer la promotion, la diffusion et la vente. S'ils ont des appréciations diversement positives du contenu de leur poste, les trois jeunes se déclarent enchantés par l'environnement de travail, ce « lieu magique » où l'on travaille avec des artistes contemporains sur des presses du XIX^{ème} siècle...

L'administratrice défend vivement la singularité de son activité. Elle estime qu'en raison de son rôle de détecteurs des talents, l'association devrait bénéficier d'une prime à l'incertitude plus conséquente : « On est sans arrêt en discussion avec les autorités. Parce qu'on est unique en notre genre. Un atelier comme nous, ça n'existe pas en France. Ni même à l'étranger. Les ateliers qui survivent encore sont des ateliers privés et il en disparaît tous les ans. Ces ateliers peuvent perdurer parce qu'ils travaillent avec des grands noms, des Alechinsky, des gens comme ça dont ils sont absolument certains de vendre toute la production. Ils ne peuvent pas faire ce travail de recherche, d'aide aux artistes qu'on fait nous. Il y a des artistes qui viennent ici, qui ne pourraient être édités nulle part, c'est évident. Parce qu'ils n'ont pas les moyens de payer, etc. Nous, on considère que notre travail, c'est aussi faire émerger des artistes. Il y a vingt ans, on a édité des jeunes artistes qui sortaient des Beaux Arts, qui maintenant comptent dans le monde de l'art contemporain. On pense que ce travail, qu'on est les seuls à faire, devrait avoir une reconnaissance des pouvoirs publics plus importante que celle qu'il a jusqu'à présent ».

L'instruction fiscale et les conseils du ministère de la Culture la plonge dans une profonde perplexité : « Créer une structure commerciale, pour nous, c'est une question qui se pose. On est extrêmement encouragé à cette chose-là (par le ministère de la Culture), à développer une structure commerciale. J'avoue que, pour l'instant, je n'y vois pas très clair. Si demain, on me disait que la structure associative ne convient pas du tout juridiquement à notre activité, on serait bien embêté. On nous dit que, comme on produit, il faut qu'on vende... ».

Le jeune recruté pour rédiger des documents de communication se reconnaît dans la philosophie de l'association et revendique, à travers l'expression « vivre de son art », la possibilité d'une activité artistique professionnelle et non lucrative²⁵ : « Il faut gérer la

²⁵ Il existe un équivalent québécois, dans le secteur du patrimoine, à l'expression « vivre de son art », c'est le « patrimoine qui gagne sa vie ». Par exemple, une association créée en partenariat avec une commune du Vaucluse, dans le but de sauvegarder et promouvoir des savoir-faire traditionnels liés à la production de l'ocre et à l'usage des pigments, s'appuie sur ce modèle pour défendre le statut de son activité : « L'entreprise à vocation culturelle, concept créé par Cyrille Simard au

pédagogie, l'édition, la diffusion, pour arriver à ne pas trop trahir l'idée de départ de l'association. La pédagogie, on le considère comme un devoir. Mais on facture aux écoles qui le demandent, on ne fait pas ça gratuitement. Le papier nous coûte de l'argent, l'encre aussi, donc c'est des choses qu'on fait payer. De façon symbolique, pour rappeler qu'on considère l'association comme un artiste pluriel, un artiste à plusieurs têtes, et que les artistes vivent de leur art, de leur œuvre. Un tableau, ça se paie, un livre aussi, sinon l'écrivain ou le peintre qui est derrière, il ne vit plus. Un artiste ne vit pas de son œuvre et d'eau fraîche ».

Quant au jeune recruté pour assurer la promotion des estampes, c'est, de fait, sur lui que pèse le plus l'ambiguïté du statut de l'activité. Musicien de formation, il manifeste visiblement beaucoup plus d'enthousiasme pour s'initier à la gravure et travailler à l'atelier que pour s'engager dans une politique commerciale offensive : « Pour le côté commercial, ce n'est pas facile de vendre des estampes. Il faut avoir un peu une directive, s'imaginer où on peut trouver des clients. Ça peut être très divers, des architectes, des crèches... tout ce qui est entre public et privé. Mais commercial, ça implique aussi des frais, des déplacements, c'est compliqué pour amener les estampes quelque part. Il faut prendre le métro obligatoirement parce que je n'ai pas de voiture. En plus, c'est des choses plus ou moins fragiles, qu'on ne trimbale pas comme un paquet de saucisson ».

Aux yeux de l'administratrice, le devenir des postes emplois-jeunes dépend avant tout de la pérennité de la structure, de sa capacité à passer à une vitesse supérieure. Mais dans quelle direction ?

4. La conquête des mondes de l'art (exemple F)

Au-delà de la *success story*, l'histoire suivante manifeste de façon exemplaire comment l'entrepreneuriat prend place dans l'itinéraire de certains jeunes *breakers* qui ont trouvé des appuis dans le monde socioculturel et ont poursuivi leur apprentissage tout au long des années de silence médiatique sur la danse *hip hop*. Dans ce cas, la notoriété artistique acquise par le chorégraphe, ainsi que la diversité des sources de financement public et privé semblent protéger la structure des effets de l'incertitude sur le statut de l'activité.

Fred appartient à la première génération du *hip hop*, ceux qui encore adolescents ont découvert le *hip hop* au milieu des années quatre-vingt, dans la rue : Fred commence à *breaker* dans un quartier périphérique de l'agglomération lyonnaise. Alors qu'il est au lycée technique pour devenir tourneur, sa rencontre avec un homme de théâtre, directeur d'une MJC (Maison des jeunes et de la culture), fait bifurquer son chemin : celui-ci tente le pari, audacieux à l'époque, de transposer sur scène cette danse *hip hop* qui s'exprime dans la rue²⁶. Fred participe à la création de ce spectacle et à partir de là, commence à danser avec la compagnie, qu'il considère un peu comme son conservatoire. Son choix devient progressivement un choix professionnel : il reste dix ans dans l'association puis effectue un détour par le ballet Roland Petit à Marseille, détour qui lui donnera l'assurance nécessaire pour créer sa propre compagnie.

L'association naît d'une rencontre, en 1992, avec un musicien percussionniste. À la suite d'une représentation qu'ils donnent ensemble aux États-Unis, ils décident de fonder la compagnie. Fred entreprend alors des recherches sur les origines du *break* et découvre la

Québec, intègre fonctionnement économique privé et but de bien public dans la perspective d'un « patrimoine qui gagne sa vie ».

²⁶ Cette personne est par ailleurs le fondateur de l'association dont l'histoire a été évoquée plus haut (§ 2).

capoeira, danse brésilienne dérivée d'un art martial africain, dont il s'inspirera dans ses créations. Le soutien de la Biennale de la danse permet à la compagnie de créer un spectacle professionnel, premier d'une trilogie sur le «marronnage»²⁷. La compagnie s'ouvre alors à d'autres danseurs et musiciens, et, en 1995, elle emménage dans un local de 400 m² du quartier Gerland à Lyon, qui donne la possibilité d'abriter une structure administrative, un lieu de répétition, ainsi que des cours, ateliers et stages. L'ouverture de ce lieu en centre-ville constitue une étape décisive dans l'histoire de l'association, d'une part parce que les cours assurent une recette régulière à côté des aides à la création et des ventes de spectacle, mais aussi parce qu'elle marque l'inscription de la compagnie dans la ville de Lyon. Aujourd'hui, les artistes sont intermittents du spectacle et l'administrateur, longtemps bénévole, est salarié de l'association. Fred a obtenu plusieurs distinctions notables dans le monde de la danse, en particulier le *Bessie Award* aux États-Unis.

En termes de création, Fred travaille sur la notion de « spectacle total », associant danse, théâtre et musique vivante. Ses choix artistiques se retrouvent au niveau pédagogique : l'école de la compagnie accueille environ deux cents élèves dans plusieurs disciplines, telles que la *capoeira*, la danse au sabar (Sénégal), la danse *hip hop*, les percussions d'Afrique de l'Ouest (djembé et dundun), la musique afro-cubaine, la batterie, etc.

Ces dernières années, l'association a créé « La Bande », formation issue des cours et des ateliers, qui réunit amateurs et professionnels dans un défilé chorégraphique et musical déambulatoire. Il s'agissait à l'origine de présenter en public le travail des ateliers pédagogiques, mais devant le succès rencontré par « La Bande », les membres de la compagnie ont estimé qu'ils avaient conçu là un produit culturel novateur qui méritait d'être diffusé. Ils cherchent donc à promouvoir ce produit en proposant à différentes structures (villes, centres culturels) de construire une « Bande » chez eux.

Le succès de « La Bande » est très révélateur des tendances de la créativité diffuse : association entre amateurs et professionnels, investissement de l'espace urbain. Comme bien d'autres compagnies *hip hop*, et plus généralement d'autres entreprises artistiques, l'association réalise ainsi son équilibre financier grâce au triptyque : création, enseignement et animation urbaine, en conjuguant aides à la création, ventes de spectacles et de prestations, inscriptions aux cours, financement au titre de l'action urbaine.

Cette histoire témoigne aussi de la volonté de conquête de la reconnaissance artistique, très prégnante chez les danseurs de *hip hop* engagés dans un mouvement de professionnalisation, même s'il existe une controverse en France entre les tenants d'un « *hip hop* pur et dur » et les tenants d'un « *hip hop* artistique »²⁸.

Ces six cas de figure diffèrent, d'une part par la nature de l'activité et les contraintes objectives qui y sont liées, d'autre part par le degré de notoriété et la capacité de négociation qui en résulte avec les différents partenaires. De ce fait, l'incertitude sur le statut de l'activité a des conséquences plus ou moins vitales sur le devenir de l'organisme. Nous espérons néanmoins avoir montré, au-delà de la diversité des situations, l'enjeu commun que représente la reconnaissance d'une façon d'entreprendre, à la fois professionnelle et non lucrative, qui permette à ces structures d'exister, sans être contraintes de dénaturer le sens qu'elles donnent à leur activité.

²⁷ Fuite, comme mode de résistance, des esclaves noirs aux Antilles et en Amérique latine.

²⁸ Cf. Shapiro R. (2000).

IV. LES ARGUMENTS DE LA THÉORIE ÉCONOMIQUE

La relative confusion des arguments mobilisés dans les débats et la diversité des configurations concrètes invitent à recourir au langage de la théorie économique pour examiner de façon plus systématique un ensemble de problèmes posés par le statut de l'activité culturelle. Nous invitons le lecteur à doter chaque raisonnement d'une pertinence locale, c'est-à-dire d'une capacité à identifier et à éclairer un problème particulier, en général un type de contrainte objective, liée à la nature même de l'activité.

Le statut de l'entrepreneuriat artistique et culturel soulève principalement deux questions : celle de la légitimité d'un financement public, même partiel ; celle de la reconnaissance, en particulier fiscale, du « but non lucratif ». Nous distinguerons donc les arguments utilisés pour légitimer l'intervention de l'État, ceux qui servent à dénoncer les effets pervers de la subvention publique et enfin les arguments qui justifient l'existence d'entreprises culturelles à but non lucratif.

1. La légitimité de l'intervention publique

Même si l'intervention de l'État dans le domaine culturel correspond en France à une tradition historique, sa légitimité se trouve régulièrement contestée. Nous ne donnerons ici que quelques éléments très synthétiques pour rendre compte de la palette d'arguments justifiant l'intervention de l'État et ayant donné lieu à formalisation théorique²⁹ :

1.1. La légitimité de l'intervention de l'État au regard de l'efficacité économique

L'hypothèse est ici celle d'un État-République, bienveillant, qui se borne à corriger les imperfections du marché.

- Les biens culturels comme biens collectifs :

En recensant les problèmes que l'État peut résoudre de façon supérieure au marché, Samuelson a été amené à définir les « biens collectifs purs » à partir de deux propriétés (Samuelson, 1954) : la non rivalité (la consommation d'un bien par un individu ne diminue pas la quantité disponible pour les autres) et la non exclusion (il est impossible d'interdire à un individu l'usage du bien considéré). Dans ce modèle, les biens collectifs purs constituent un cas particulier de défaillance du marché qui nécessite l'intervention de l'État.

Au regard de ces critères, les biens culturels apparaissent plutôt comme des biens collectifs « impurs » (puisque la propriété de non exclusion est rarement vérifiée), à l'exception toutefois des œuvres d'architecture et des manifestations culturelles dans l'espace public. On notera que le terme est néanmoins repris, en particulier dans le rapport Lipietz : pour l'auteur, la culture est, « par nature », un bien collectif.

- Les externalités positives de la culture :

Dans le cas des externalités positives de production, la théorie économique justifie l'intervention publique par la difficulté de l'entrepreneur à obtenir une rémunération de la part des bénéficiaires de ces externalités. Il en résulte un risque de sous-production.

²⁹ Pour toute la partie IV, le lecteur intéressé trouvera exposés et discussions des différentes formalisations théoriques dans Farchy J. et Sagot-Duvaurox D. (1994). Lire aussi Benhamou F. (2000). Toutes les références bibliographiques figurant entre parenthèses dans ce paragraphe renvoient à des auteurs cités dans ces deux ouvrages.

On évoque souvent les externalités positives de la production culturelle : retombées économiques pour les commerces situés à proximité d'un établissement culturel, effet d'animation locale, élévation du niveau culturel de la population, valorisation de l'image de la ville. Lorsque les externalités profitent à une collectivité publique et non à un individu, Bénard parle de «concernement étatique » (Bénard, 1986). D. Sagot-Duvauroux et J. Farchy proposent plutôt le terme de «production jointe de notoriété », dans le cas où les externalités sont directement facturées aux collectivités. Il est ainsi possible d'interpréter les subventions versées par les mairies comme une rémunération de cette production jointe de notoriété, mais le problème est alors celui de l'évaluation du montant. Ainsi, plusieurs associations artistiques et culturelles dotées d'une certaine réputation et implantées dans des villes de banlieue dites difficiles, considèrent que la mairie sous-évalue leur impact sur l'image de la ville (cf. exemple C).

L'économiste américain Machlup (1966) est allé plus loin dans cette voie en considérant la culture comme un investissement à échelle macro-économique, ce qui l'a amené à développer le thème de la culture, source de richesse nationale, et ce thème sera repris par J. Lang en 1983.

- Les demandes d'option et les rendements intergénérationnels de la culture :

La défaillance du marché résulte ici de sa myopie. En effet, certains usagers sont prêts à payer pour des biens et services dont ils souhaitent l'existence dans l'éventualité d'une consommation future (demandes d'option : Weisbrod, 1964). C'est le cas par exemple pour ceux qui souhaitent habiter une ville bien pourvue en équipements culturels : à partir des résultats de référendum, Frey et Pommerehne ont ainsi construit une courbe de demande privée de subvention publique pour le théâtre de Bâle (Frey, Pommerehne, 1989).

De plus, la production de certains biens génère des ressources sur plusieurs générations (rendements intergénérationnels). Le jeu à courte vue du marché risque d'écarter certains projets, faute de pouvoir évaluer leur rentabilité à long terme. Cet argument permet de fonder la nécessité de l'intervention publique pour l'entretien du patrimoine ou encore pour le soutien aux artistes, afin de maintenir un vivier de création.

Par exemple, l'embauche d'un salarié pour faire vivre un musée local de la Résistance et de la Déportation afin de transmettre aux jeunes générations une mémoire menacée de disparition à la mort des bénévoles, requiert un financement public.

- La fatalité des coûts dans le spectacle vivant :

Fondée sur une analyse macro-économique de long terme des coûts relatifs dans différents secteurs, la loi de Baumol établit la « fatalité » d'un déficit croissant dans le spectacle vivant, en l'absence de financement public, les faibles gains de productivité ne permettant pas de compenser la hausse des coûts : « L'exécution d'un morceau de musique de Purcell ou de Scarlatti ne prend ni plus ni moins de temps et de personnes aujourd'hui qu'en 1664 » (Baumol, Bowen, 1984).

Souvent mobilisée par les entreprises du spectacle vivant pour justifier la croissance de leurs budgets auprès des pouvoirs publics, la loi de Baumol a fait l'objet de nombreuses discussions, controverses et vérifications empiriques. Si elle ne constitue pas en soi une légitimation de l'intervention publique, elle prédit néanmoins la mort du spectacle vivant non subventionné. Historiquement, certains auteurs considèrent que sous la Troisième République

en France, l'activité théâtrale, abandonnée au secteur privé, a vu périlcliter le théâtre d'auteur au profit de formes plus standardisées comme le boulevard, le café-concert et le *music-hall*³⁰.

Parmi les structures rencontrées au cours de nos enquêtes, presque toutes les associations du spectacle vivant perçoivent des subventions et estiment qu'elles ne pourraient pas fonctionner sans cela. Toutefois certaines compagnies des arts de la rue parviennent à une réduction drastique de leurs coûts dans la mesure où l'improvisation est au cœur de leur prestation (cf. exemple A). De même, certaines jeunes compagnies de *hip hop* mettent un point d'honneur à faire leurs preuves sans argent public : elles supportent alors les coûts de création grâce au bénévolat, à différents *business* (par exemple, ventes de *tee-shirts*), et surtout à la mobilisation intensive du réseau de copains pour se procurer matériel et costumes à moindres frais.

- La culture, une économie de prototype

La culture est un secteur dans lequel la maîtrise de l'incertitude (au sens de Knight, i.e impossibilité de déterminer une distribution de probabilité objective) reste très imparfaite. Le soutien public peut alors être argumenté comme une prime à l'incertitude, seul moyen de maintenir un haut niveau de production.

Dans l'exemple D, la découverte des talents dans le domaine de la musique « techno » présente des chances de valorisation trop incertaine pour intéresser les *majors*. C'est la conjugaison de la passion bénévole de deux jeunes et de l'aide publique versée au titre des emplois-jeunes qui permet en fait à cette activité d'exister.

De même, dans l'exemple E, l'association, animée par la volonté de ses membres de perpétuer et de faire vivre des techniques d'art anciennes, accomplit un travail de soutien et de recherche auprès de jeunes artistes, tandis que les entreprises privées spécialisées dans l'édition d'estampes tendent à se replier sur des valeurs sûres.

1.2. La légitimité d'intervention de l'État souverain : la culture, bien tutélaire

Reprenant la notion de *merit goods* de Murgrave (1959), Bénard définit les biens tutélaire comme « biens dont la consommation et/ou la production font l'objet d'un concernement étatique, c'est-à-dire de préférences de l'État différentes de celles librement manifestées par les individus parallèlement ».

Si l'on considère la culture comme un bien tutélaire, l'intervention publique résulte de choix politiques et se passe d'autre justification économique. Le rapport Lecat s'inscrit directement dans cette logique, mais aussi dans une certaine mesure la « charte des missions de service public » (cf. *supra*).

Les dénonciations de l'intervention de l'État souverain dans le domaine culturel prennent différentes formes. Pour Althusser par exemple, la culture fait partie des appareils idéologiques d'État qui « inculquent l'idéologie, éduquent le consentement » (Althusser, 1970). En revanche, M. Schneider (1993) s'attaque plutôt au jeu pervers qui s'instaure dans le couple de l'artiste et du prince.

³⁰ Farchy J., Sagot-Duvauroux D., *op. cit.*

2. Les effets pervers de la subvention

- Les modèles bureaucratiques :

La théorie du marché politique élaborée par l'école du *public choice* (J. Buchanan, G. Tullock) conduit à tenir compte des cycles électoraux pour interpréter les relations entre élus et organismes subventionnés. De fait, si l'on écoute les administrateurs d'entreprises culturelles, la dépendance vis-à-vis des fluctuations du politique est l'un des principaux arguments avancés pour expliquer la précarité financière : ils sont à la merci d'un changement de majorité politique, à tous les échelons territoriaux auxquels ils perçoivent des subventions. Pour ne citer qu'un exemple, les turbulences qui ont agité le Conseil régional rhône-alpin ont provoqué un traumatisme durable.

Certains auteurs vont plus loin en considérant que les nombreuses bonnes raisons qui justifient l'intervention publique ne compensent pas les effets pervers de la subvention sur la gestion des organismes culturels. On peut citer en particulier les modèles bureaucratiques, développés sous l'impulsion de Niskanen (1971). Dans ces modèles, le relâchement des contrôles «aval» (la non-satisfaction du consommateur n'a pas de conséquence financière immédiate) et «amont» (la tutelle ne peut exercer qu'un contrôle indirect sur la gestion) conduit à une économie de rente dans laquelle le manager dispose d'un budget discrétionnaire.

Certaines applications des modèles bureaucratiques aux cas particuliers des musées et des opéras ont ainsi montré une tendance des gestionnaires au développement de stratégies de prestige au détriment d'un objectif de démocratisation (maximisation de l'audience).

Ces modèles nous paraissent dotés d'une pertinence réelle mais limitée au cas des organismes dont le taux d'autofinancement est faible (la subvention représente l'essentiel du budget) et dont la notoriété est suffisante pour induire la tentation d'une stratégie de prestige. En particulier, aucun des six exemples présentés ci-dessus ne correspond à ce cas de figure.

- L'État monopsonneur³¹ :

Dans le modèle de D. Sagot-Duvaurox, la négociation annuelle de la subvention peut être représentée comme une transaction sur un marché imparfait, à savoir l'achat par l'État monopsonneur d'une «saison» (théâtrale, par exemple) dont il attend amélioration de son image de marque, progrès de la démocratisation, entretien d'un vivier de création.

Le modèle montre l'évolution du monopsonne vers un marché de monopole où les compagnies devenues célèbres mettent en jeu leur non substituabilité pour obtenir une meilleure rémunération de leur service.

Si l'on regarde les structures employeurs d'emplois-jeunes, la polarité considérable de leurs budgets peut s'interpréter à la lumière de ce modèle. Un petit nombre d'organismes réputés jouissent d'un quasi-monopole et obtiennent des budgets conséquents, tandis qu'une myriade de petites structures se partagent les restes de la manne publique : leur budget annuel n'excède guère deux millions, avec un taux d'autofinancement assez élevé. Loin de réguler les disparités financières, les subventions publiques tendraient donc plutôt à les renforcer. C'est ce que dénoncent d'ailleurs avec une certaine véhémence nombre d'administrateurs de petits lieux de spectacles, considérant qu'ils prennent en charge, plus et mieux que les grands équipements prestigieux, les objectifs de démocratie culturelle.

³¹ Le « monopsonne » désigne une situation de marché imparfait dans laquelle il n'y a qu'un seul consommateur.

- Négociation de la subvention et théorie des jeux

D'autres auteurs ont formalisé la relation entre pouvoirs publics et organismes subventionnés en termes de stratégie, à partir de la théorie des jeux (Breton, Wintrobe, 1982 ; Miller, 1977 ; Le Pen, 1984). Miller montre en particulier qu'en l'absence de coopération et de confiance entre les partenaires, il peut se produire des situations du type « dilemme du prisonnier », avec le risque de parvenir à une « stratégie du pire »³².

De telles situations peuvent se produire lorsque la tutelle et l'organisme poursuivent des objectifs divergents, par exemple si l'État poursuit un objectif de démocratisation et l'organisme une politique de prestige ou *vice versa*.

L'ensemble de ces modèles permet donc d'expliquer certains effets anti-redistributifs des subventions (préférence pour des stratégies de prestige, à l'encontre même des choix politiques, forte polarité des subventions en fonction de la notoriété) mais aucun des effets pervers mis en évidence ne concerne de fait les petites structures associatives qui s'autofinancent en partie et/ou ne dépendent pas d'un artiste de renom.

3. La légitimité des *non-profit organizations*

Les travaux de l'école de Yale sur l'économie du secteur non-marchand ont permis d'identifier plusieurs justifications économiques d'entreprises privées à but non lucratif dans le secteur culturel.

- La production de biens collectifs à audience restreinte (B. Weisbrod, 1975) :

N'intéressant ni le marché (risque de « passagers clandestins ») ni l'État (en raison d'un public trop limité), la production de « biens collectifs à audience restreinte » peut être prise en charge par des organismes à but non lucratif, grâce aux ressources non-marchandes (bénévolat, donations) que ces organismes parviennent à mobiliser.

Ce cas de figure peut concerner des petits musées faisant l'objet d'un fort investissement local, tels que les éco-musées ou les musées d'histoire locale ou encore des lieux de diffusion orientés vers des genres artistiques très spécifiques.

Par exemple, il a fallu la passion bénévole de quelques habitants d'une petite ville du Beaujolais pour sauver de la destruction les locaux d'un ancien Hôtel-dieu et en faire un petit musée : ni la mairie, ni l'État, ni *a fortiori* un investisseur privé ne se seraient engagés dans une telle entreprise.

De même, dans l'agglomération lyonnaise, un café-musique, orienté vers le « grand réseau informel des musiques inclassables » n'aurait jamais ouvert ses portes sans un engagement très fort des fondateurs, acceptant de travailler beaucoup pour une rémunération dérisoire, sur la base de contrats aidés et de temps partiels.

- L'incertitude sur la qualité, source d'asymétries d'information (Hansmann, 1980,1987) :

Lorsqu'il y a asymétrie d'information, c'est-à-dire que l'utilisateur n'est pas apte à juger de façon sûre de la qualité du bien ou du service, un producteur mû par la recherche du profit est incité à diminuer la qualité et/ou la quantité produite afin de s'approprier une plus grande part du surplus. Dans ce cas, la non lucrativité de l'activité diminue le risque pour le consommateur de se faire gruger.

³² En théorie des jeux, le « dilemme du prisonnier » correspond à des situations où, en l'absence d'un accord préalable entre les joueurs, le comportement rationnel des deux partenaires aboutit à la solution la moins favorable en termes de gain total.

Un autre moyen, pour le consommateur, de pallier l'incertitude sur la qualité est de se fier à différents repères externes, tels que le genre artistique, le label, le type de salle, les critiques, etc. Mais une telle stratégie tend à privilégier le répertoire traditionnel, les valeurs sûres, au détriment de l'innovation.

Cet argument est particulièrement intéressant, parce qu'il ne postule pas *a priori* de non-concurrence avec le secteur lucratif. En revanche, il montre que la non lucrativité limite les risques liés à l'incertitude, surtout pour un usager désireux de sortir des chemins balisés : dans le cas d'une offre culturelle à forte innovation, la non lucrativité est un facteur de confiance. Cet argument permet donc d'envisager l'étendue d'un secteur à but non lucratif au-delà de la niche non concurrentielle généralement assignée au tiers secteur.

- La possibilité de pratiquer une politique de discrimination volontaire des prix (Hansmann, 1981)

Dans le spectacle vivant, les coûts fixes sont élevés et les coûts marginaux moindres, ce qui pose un problème classique de tarification. La non lucrativité de l'activité ouvre la possibilité de pratiquer une politique de discrimination volontaire des prix, par exemple de pratiquer des tarifs modérés tout en recourant à des donations de la part d'usagers solvables et désireux de soutenir l'activité.

- Un modèle de gestion efficace d'un organisme non lucratif du spectacle vivant :

Le modèle de C. Le Pen (1982) montre la possibilité d'une gestion efficace dans un organisme à but non lucratif, producteur de spectacles vivants. Comparant une politique orientée vers la maximisation du profit avec une politique orientée vers l'équilibre financier, il conclut : « Une politique orientée vers des critères marchands n'apparaît pas compatible avec les buts qu'on lui assigne *a priori* et qui peuvent être, soit de nature purement esthétique, exigeant donc que l'accent soit mis sur la qualité maximale, soit au contraire de nature éducative, impliquant donc la nécessité de favoriser la plus large diffusion possible des productions culturelles ».

CONCLUSION

À l'issue de ce survol, le lecteur a pu constater qu'il n'est guère difficile de puiser dans la théorie économique un ensemble de justifications pour légitimer, tant un financement public minimum que la reconnaissance d'un statut à but non lucratif pour les organismes culturels. Certes, la mixité des financements apparaît comme un bon garde-fou contre les effets pervers de la subvention. Néanmoins, les pressions plus ou moins idéologiques vers une « marchandisation » accrue ne tiennent guère compte de la diversité des configurations concrètes et ne font qu'é luder une réflexion sur le juste prix des différentes missions assumées par les associations culturelles, même si on se limite à celles que la théorie économique prend en considération : conservation du patrimoine pour les générations futures, requalification des villes, éducation artistique, entretien d'un vivier de création, prise en charge de l'incertitude, etc.

Il est particulièrement frappant de constater que, en faisant de la non-concurrence un critère nécessaire à la non lucrativité, la législation fiscale apparaît en retrait par rapport aux conclusions de la théorie économique « orthodoxe », capable de reconnaître un éventail plus large de situations justifiant l'existence des *non-profit organizations*, en particulier dans les activités à fort contenu d'innovation où l'incertitude sur l'appréciation de la qualité est inévitable. Ceci permet de comprendre que les associations les plus mobilisées par rapport à

l'instruction fiscale se comptent, non parmi celles qui jouissent de la consécration artistique, mais plutôt parmi celles qui s'engagent dans des pratiques innovantes où la non lucrativité apparaît, sinon comme une garantie, tout au moins comme un facteur important de la confiance.

L'enjeu soulevé par l'U-FISC déborde le secteur culturel : Ne peut-on y voir plus généralement celui de la reconnaissance d'un entrepreneuriat non capitaliste ? Pour B. Friot (1998), le projet d'A. Smith, « que chacun soit reconnu pour son industrie et encouragé à la poursuivre, tel doit être le but des gouvernements, et non une accumulation monétaire, sans proportion avec la circulation des marchandises », a été déformé par ses successeurs, en raison d'une insistance sur la propriété comme fondement du droit sur le marché, insistance qui les a conduits à valoriser l'accumulation. La question d'A. Smith reste d'actualité : Comment l'État peut-il reconnaître et encourager un entrepreneuriat qui ne participe pas à la dynamique d'accumulation ?

Schumpeter (1979) prédisait la mort du capitalisme en annonçant le « crépuscule de la fonction d'entrepreneur », la routinisation de l'innovation tuant la motivation à innover. Il ne pouvait certes imaginer alors les possibilités d'innovation non routinière qu'offre aujourd'hui un monde en réseaux. À côté des *start-up* abondamment valorisées par les médias, quelle sera la place de ces entrepreneurs qui mettent en œuvre des inventions, sans être animés pour autant par une motivation lucrative ?

BIBLIOGRAPHIE

BECKER H. S., 1985, *Outsiders, Études de sociologie de la déviance*, éd. Métailié.

BECKER H. S., 1988, *Les mondes de l'art*, éd. Flammarion.

BENHAMOU F., 2000, *L'économie de la culture*, éd. La Découverte.

BOLTANSKI L., Chiapello E., 1999, *Le nouvel esprit du capitalisme*, éd. Gallimard, NRF Essais.

BRAUDEL F., 1979, *Civilisation matérielle, Économie et Capitalisme, XV-XVIII^{ème} siècle*, tome 2: *Les jeux de l'échange*, Armand Colin, Paris.

BUREAU M. C., IEYMARIE C., MBIA E., SHAPIRO R., 1999, *Activités artistiques et métissage : dynamique de création, professionnalisation et inscription urbaine*, Document du CEE, n° 99/40.

CHIAPELLO E., 1998, *Artistes versus managers, Le management culturel face à la critique artiste*, éd. Métailié.

CHIFFERT A., IECAT R., RELIQUET P., 1999, « La rénovation des instruments juridiques des services publics culturels locaux » *rapport* au ministère de la Culture et de la Communication, février.

DELORS J., GAUDIN J., 1978, « La création d'emplois dans le secteur tertiaire ; le Troisième Secteur en France », étude n°77/33 du centre de recherche « Travail et Société » de l'université Paris IX-Dauphine, *rapport* à la Commission des Communautés européennes.

FARCHY J., SAGOT-DUVAUROUX D., 1994, *Économie des politiques culturelles*, PUF.

FRIOT B., 1998, *Puissances du salariat, Emploi et protection sociale à la française*, éd. La Dispute.

GOMEL B., 2000, *Tiers secteur et politique publique de l'emploi*, Document du CEE, n°00/15.

LEFEBVRE A., 1986, « Statuts professionnels et dynamique productive : bénévolat et salariat dans les institutions culturelles », *Économie et Culture*, vol 3, DF.

LIPIETZ A., 1999, *L'opportunité d'un nouveau type de société à vocation sociale*, CEPREMAP.

MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION, 1990, *Les pratiques culturelles des Français 1973-1989*, La Découverte/la Documentation française.

MOULIN R., 1992, *L'artiste, l'institution et le marché*, éd. Flammarion.

NICOLAS-LE STRAT P., 1998, *Une sociologie du travail artistique, Artistes et créativité diffuse*, éd. L'Harmattan.

SCHNEIDER M., 1993, *La comédie de la culture*, éd. Seuil.

SCHUMPETER J., 1979, *Capitalisme, socialisme et démocratie*, éds Payot.

SHAPIRO R., 2000, *Un nouveau monde de l'art ? Le cas du hip hop en France et aux USA*, communication au colloque de l' AISLF à Toulouse, février.

SIMONIN B., BUREAU M.C., GOMEL B., IEHL C., Le DANTEC E., IEMAÎTRE V., IEYMARIE C., SCHMIDT N., 2000, *Mise en œuvre du plan "Nouveaux Services-Emplois Jeunes" dans le secteur culturel*, Document du CEE, n°00/27.