Regards croisés
France / États-Unis

Entretien avec John Maeda (Président de Rhode Island School of Design) / Frédéric Martel (Essayiste, auteur de « Mainstream »)

Quelles grandes différences observez-vous dans le fonctionnement du financement de la culture en France et aux Etats-Unis ?

Frédéric Martel : Il y a une différence notamment dans le rôle crucial du ministère de la Culture en France et son absence aux Etats-Unis. Il n'y a pas de «pilote» dans la politique culturelle américaine. Mais il y a peut-être mieux aux Etats-Unis : des milliers d'acteurs, des milliers de petits ministères (les philanthropes, les universités, les institutions culturelles à but non lucratif, les communautés...) qui agissent. Ensuite, il y a énormément de similitudes. Le budget public pour la culture est assez proche aussi, contre toute attente, du fait de la philanthropie aux Etats-Unis. Enfin, le nombre d'artistes est identique : 400 000 en France ; 2 millions aux Etats-Unis, ce qui est très proche, compte tenu d'une population cinq fois supérieure aux E.U.A.

John Maeda : La France ne va pas par quatre chemins quand il s'agit de financer l'art et la culture, au contraire des Etats-Unis, très frileux. En un siècle, l'influence économique de la France dans le monde a diminué drastiquement, mais grâce à son soutien à l'art, son aura à travers le monde demeure toujours conséquente. Les Etats-Unis sont dans la même situation aujourd'hui. Leur influence est en train de diminuer au profit de l'Asie. Ils devraient suivre l'exemple de la France et soutenir davantage les projets artistiques et culturels.

En France, on qualifie souvent la culture américaine de « culture de masse », « globalisante », « mondialisante ». Qu'en est-il réellement ?

F.M : La première caractéristique de la culture américaine, c'est qu'elle joue sur plusieurs échelles à la fois : la masse, mais aussi la subculture, la culture des communautés, les cultures numériques. Elle est beaucoup plus diverse qu'on ne le dit.

J. M : Internet a ajouté un nouvel élan à cette unification mondiale. Dans ses débuts, on constatait que les adresses Internet se distinguaient par leurs terminaisons : .fr (pour la France) par exemple, alors qu'aux Etats-Unis, personne n'avait besoin d'utiliser .us, mais toujours .com. Aujourd'hui, nous voyons bien que la plupart des compagnies à travers le monde se servent du .com. Les entreprises du monde entier ont peut-être été happées dans une économie globalisée même lorsqu'elles résident hors des États-unis.

Quelle est la condition des jeunes enrepreneurs culturels ?

F. M : L'idée centrale est celle de la «creative class». Celle-ci ne comprend pas seulement les artistes, mais tous ceux qui créent, dans le jeu vidéo comme sur Internet, dans le design comme dans les séries télévisées. La clé de la création, du mainstream, mais aussi de l'économie, c'est notre capacité à encourager cette classe créative.

Quelle place prennent les minorités dans la culture ?

J. M : Bien que nous vivions dans une « culture de masse », « être différent » a toujours été mis en valeur aux Etats-Unis. Il est important de noter que ces « minorités » ne sont pas juste d'ordre ethniques ou raciales mais elles sont également d'ordre intellectuel et religieux. Avant, toutes ces minorités étaient mises à l'écart. L'avènement d'Internet a permis à toutes ces minorités de se rassembler sans heurts. On peut voir Internet comme une incitation à créer une « minorité de masse ».

F. M : De plus en plus importante. C'est vrai des minorités aux Etats-Unis et en France qui sont décisives, mais aussi des dialogues entre ces minorités et les pays émergents. Cette émergence se traduit logiquement par des guerres, par des affrontements ou une concurrence entre ces pays, nous et les Américains. Cette concurrence se joue autour du soft power, c'est-à-dire la capacité à influencer les cultures, les opinions ou l'information par l'intermédiaire de puissantes industries créatives et de contenu. Il faut maintenant compter avec l'Inde, la Chine, le Brésil, la Russie mais aussi avec le Mexique, l'Indonésie ou l'Afrique du Sud.

Frédéric Martel

John Maeda

Créer aujourd'hui / Create Today

Regards croisés France – Etats-Unis sur les jeunes entrepreneurs culturels

PROGRAMME DE LA RENCONTRE

9 h 30 : Ouverture par Charles H. Rivkin, Ambassadeur des Etats-Unis d'Amérique et Olivier Poivre d'Arvor, Directeur de Culturesfrance

9 h 45 : « Les nouvelles tendances de la création aux Etats-Unis d'Amérique » par John Maeda, grand témoin, Président de Rhode Island School of Design

10 h – 12 h : Table ronde
Les soutiens aux jeunes entrepreneurs culturels : le pari de l'aventure ?

12 h – 13 h 30 : Barbecue dans les jardins de la résidence, interviews avec notre partenaire media Générations 88.2 FM

Performances de :
Véronique Chalandar
Vient de réaliser cinq sculptures monumentales pour une pièce de théâtre à Houston au Texas

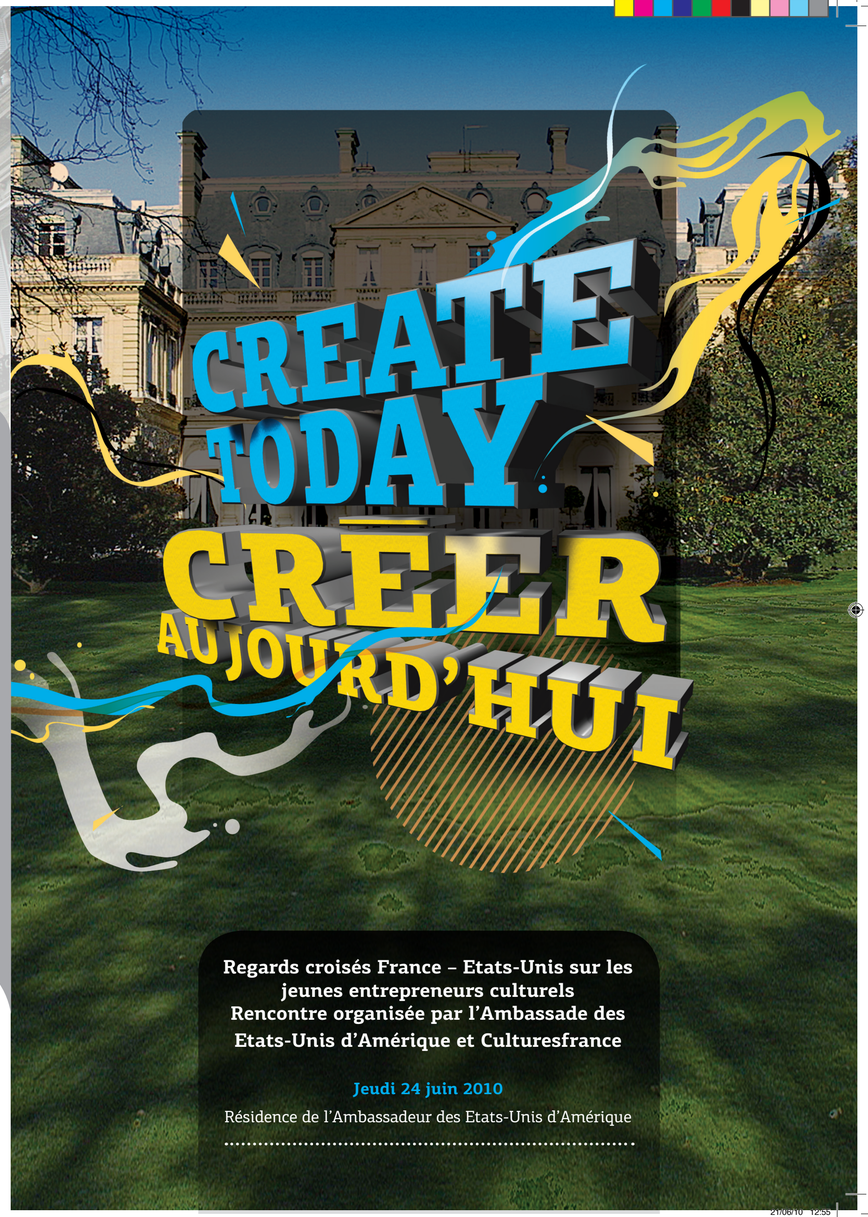
K.ommando Toxik
Groupe de rap de Villiers-le-Bel, dont le clip vidéo est filmé au pied de la fresque du collège Martin Luther King, réalisée par des artistes de Philadelphie

13 h 30 – 15 h 30 : Table ronde
Nouvelles technologies, nouvelles pratiques : une chance pour les nouvelles productions culturelles ?

15 h 30 : Conclusion par John Maeda, Président de Rhode Island School of Design

Conception graphique : ELLYDIN Charles pour Ressources Urbaines

En partenariat avec :



Regards croisés France – Etats-Unis sur les jeunes entrepreneurs culturels
Rencontre organisée par l'Ambassade des Etats-Unis d'Amérique et Culturesfrance

Jeudi 24 juin 2010

Résidence de l'Ambassadeur des Etats-Unis d'Amérique

plaquette1.9.indd 1
21/06/10 12:55

Mot de bienvenue

Charles H. Rivkin

Prenez quelques jeunes créateurs français et états-uniens de tous horizons et enfermez-les à double tour dans un atelier. Le résultat : une profusion d'idées, un bouillonnement de créativité ! **Create today – Créer aujourd'hui**, marque la volonté de l'Ambassade des Etats-Unis d'Amérique en France et de Culturesfrance de permettre à de jeunes entrepreneurs culturels des deux côtés de l'Atlantique de partager leur envie de créer. C'est l'ambitieux pari que nous nous sommes fixé : dresser un état des lieux de la créativité en France et aux Etats-Unis, deux pays qui voient dans la création une cause commune à défendre au même titre que la démocratie ou le respect des droits universels et ce au moment où nous en avons le plus besoin.

Pourtant le pari de l'entreprenariat culturel ne va pas de soi. Entre la prise de risque inhérente à la création d'une entreprise et les incertitudes qui accompagnent nécessairement tout projet artistique, l'aventure peut paraître des plus périlleuses en ces temps de crise. L'avenir des industries créatives (les industries culturelles appréciées au sens large) se joue pourtant en partie là, dans cette capacité que les jeunes doivent et devront avoir de mieux prendre en main leur avenir en soutenant eux-mêmes, par l'entreprise, par l'économie, la création.

Cela pose nécessairement un certain nombre de questions, telles que celle du rapport à l'institution et aux politiques publiques. C'est ici que la mise en parallèle des modèles français et états-unien prend toute sa pertinence, modèles que nous souhaitons précisément interroger à la faveur des récits des expériences des uns et des autres. Il sera tout aussi intéressant de discuter des liens avec le secteur privé (mécénat, fondations, etc.). Ces pratiques si différentes en France et aux Etats-Unis seront abordées lors d'une première table ronde, suivie d'une seconde consacrée aux nouvelles formes de production culturelle. Nous nous arrêterons ici sur les cultures urbaines, les nouvelles technologies, mais aussi sur le développement durable en envisageant les perspectives de marchés qui peuvent y être liées.

Nous remercions l'ensemble des participants à cette journée, en particulier les intervenants des deux tables rondes et notre « grand témoin » John Maeda, Président de l'Université de Design du Rhode Island.

Nous espérons qu'au final cette plateforme d'échanges permettra à chacun de mieux cerner le champ des possibles et de construire un réseau dynamique et créatif, au service de l'art, de la culture et de l'économie.

Charles H. Rivkin
Ambassadeur des Etats-Unis d'Amérique
en France

Olivier Poivre d'Arvor
Directeur de Culturesfrance

Olivier Poivre d'Arvor

© Emmanuel Pain

1ère Table ronde

Les soutiens aux jeunes entrepreneurs culturels : le pari de l'aventure ?
Modération : Laurent Mellier, directeur de l'Alliance française de Washington D.C.
Contrairement aux idées reçues, l'Etat fédéral et les états ne sont-ils pas très présents dans le développement des arts aux États-Unis, notamment à travers la fiscalité ?
La culture française inciterait-elle à la réflexion et la culture états-unienne à l'action ?
La culture états-unienne du «fundraising» est-elle transposable en France ?

Avec :

Modération : Laurent Mellier — **Fred Benenson** — **Christoph A. Geiseler** — **Miles Marshall Lewis** — **John Maeda** — **Lucie Marinier** — **Jacques Martial**

Le financement de la culture en France

Budget 2009 du ministère de la Culture et de la Communication : 2, 9 milliards d'euros (39% pour le patrimoine ; 29% pour la transmission des savoirs ; 27% pour la création).
Budget 2006 de la ville de Paris : 260 millions d'euros.
La loi du 1er août 2003 garantit des avantages fiscaux aux donateurs.
23% des entreprises de plus de 20 salariés pratiquent le mécénat.
En 2006, les communes de plus de 10 000 habitants ont investi 968 millions d'euros ; les départements 407 millions d'euros et les régions 168 millions d'euros.
Le ministère de la Culture et de la Communication s'est engagé sur un plan triennal (2009-2011) en faveur des quartiers prioritaires, et souhaite notamment soutenir des projets culturels dans les quartiers. Cet appel à projets 2009 est doté de 2 millions d'euros.
2,5 milliards d'euros ont été consacrés au mécénat en 2008.

2ème Table ronde

Nouvelles technologies, nouvelles pratiques : une chance pour les nouvelles productions culturelles ?
Modération : Chloé Juhel, journaliste et animatrice à Générations 88.2 FM
Une fois le projet monté par un jeune entrepreneur, les banques jouent-elles le jeu quand son code postal commence par 93 ou 78 ? Les institutions ne doivent-elles pas souvent prendre le relais ?
Comment les artistes français parviennent-ils à financer leur travail ? Par l'auto-production, subie plus que choisie ?
La révolution du web et des nouveaux modes de production de contenu a-t-elle réellement permis aux artistes outsiders d'émerger en France ?

Avec :

Modération : Chloé Juhel — **Fred Benenson** — **Karine Brun** — **Christoph A. Geiseler** — **Yslane Haïda** — **John Maeda** — **Leanne Sacramone**

Les intervenants

Fred Benenson, recherche et développement à Kickstarter
28 ans. Diplômé de l'Université de New York en philosophie et sciences informatiques, promoteur de la culture du logiciel libre, et jeune « activiste numérique ». Il enseigne le droit de l'Internet et travaille notamment pour l'entreprise de mécénat contributif Kickstarter. Il a aussi contribué à Creative Commons, projet à l'origine du concept de droits numériques gratuits.

Karine Brun, membre de Fairplaylist
Diplômée en Sciences politiques, elle travaille cinq ans à l'Unesco sur des programmes d'éducation pour des ONG. Réalisatrice, journaliste indépendante, elle est co-fondatrice de Miel vidéo, « vidéos pour le changement social ». Elle coordonne pendant trois ans l'association Bridge Initiative (médiation politique entre les acteurs de la mondialisation), et participe à la création de Fairplaylist, agence pour la diversité musicale intégrant les valeurs écologiques.

Christoph A. Geiseler, directeur du MIMA
Jeune entrepreneur social et culturel de 29 ans, à la fois DJ et réalisateur, diplômé en Droit de l'Université de Princeton, il est co-fondateur du MIMA Music Inc, une association dont l'objet est d'éduquer et « transformer les gens par la musique », aux Etats-Unis et dans le reste du monde, en structurant des communautés autour du jazz, de l'électro voire de la capoeira.

Yslane Haïda, chargée de communication de l'association Presse & Cité
27 ans. Diplômée en histoire et en journalisme/médiation culturelle, en formation à France 5, France Culture, et Arte, elle rejoint l'agence de presse des quartiers Ressources Urbaines comme iconographe, et l'association Presse et Cité pour développer un réseau de médias des quartiers. Elle réalise des ateliers d'éducation à l'image avec l'association Clichés Urbains.

Miles Marshall Lewis, essayiste, journaliste critique de pop-culture afro-américaine
Né en 1970, au moment où émerge la Blaxploitation. Comme Martin Luther King JR. et Spike Lee, il est diplômé du Morehouse College, université formant les élites noires états-uniennes. Il a publié des ouvrages de référence sur le milieu du hip-hop et sur la soul, et a fondé le magazine littéraire Bronx Biannual. Il a fait le choix de vivre et se marier en France depuis la guerre en Irak.

John Maeda, Président de Rhode Island School of Design
Né en 1966 à Seattle, il est diplômé du MIT, d'universités états-unienne et japonaise. A la fois designer, éducateur et informaticien, se revendiquant « artiste digital », il tente l'humanisation de la technologie, notamment en développant le projet Design by Numbers, programme au service des artistes plasticiens. Ancien professeur et chercheur au MIT, de renommée internationale, ses oeuvres sont exposées au MOMA, à San Francisco comme à la Fondation Cartier.

Lucie Marinier, chargée de mission pour la culture au Cabinet du Maire de Paris
35 ans. Directrice des affaires culturelles de Créteil de 2000 à 2003, elle a ensuite été chargée par la Ville de Paris de la réforme des enseignements artistiques et de la mise en place d'une politique en faveur des pratiques amateures, puis a dirigé le bureau du théâtre, de la danse, du cirque et des arts de la rue au sein de la Direction des affaires culturelles de la Ville de Paris.

Jacques Martial, Président du Parc et de la Grande Halle de La Villette
Né en 1955, il a été professeur d'art dramatique puis comédien dans de très nombreuses pièces de théâtre, productions télévision et cinéma ; metteur en scène, il créé l'association Rond Point des Cultures avec le théâtre du Rond-Point (promotion des cultures ultramarines et des minorités). Il est aussi à l'origine de La Compagnie de la Comédie Noire. Il a créé le WIP-Villette, espace dédié aux cultures urbaines.

Leanne Sacramone, conservateur de la Fondation Cartier pour l'art contemporain
Diplômée du Smith College, de l'Ecole du Louvre et de la Sorbonne, elle travaille au Centre Pompidou, puis pour l'actuel directeur du Whitney Museum of American Art, à New York. Elle assiste Jean de Loisy sur le projet «La Beauté en Avignon» (1998 – 2000). Après la Délégation aux arts plastiques, elle rejoint l'équipe de la Fondation Cartier en 2001. Elle a récemment été commissaire de l'exposition «Né dans la rue, Graffiti».

Le financement de la culture aux États-Unis

La ville de New York dispose d'un budget de 131 millions de dollars par an (1er budget culturel public aux E.U.A), plus 803 millions de dollars donnés tous les quatre ans aux institutions artistiques de la ville pour se moderniser et se développer. En 2005, l'Etat de New York consacre 7% de son budget à la culture.
Revenus propres et taxes (ventes, billetterie, restauration): 50% ; dons des individus et legs : 35,5% ; mécénat d'entreprise et des fondations : 7,5%.
En 2006, 62 000 fondations ont investi 3,6 milliards de dollars dans la culture.
En 2008, les citoyens états-uniens ont donné plus de 307 milliards de dollars.
Aux États-Unis, chaque citoyen donne 45 dollars par an en moyenne aux arts et à la culture. C'est dix fois plus qu'en France.

plaquette1.9.indd 2 21/06/10 12:56