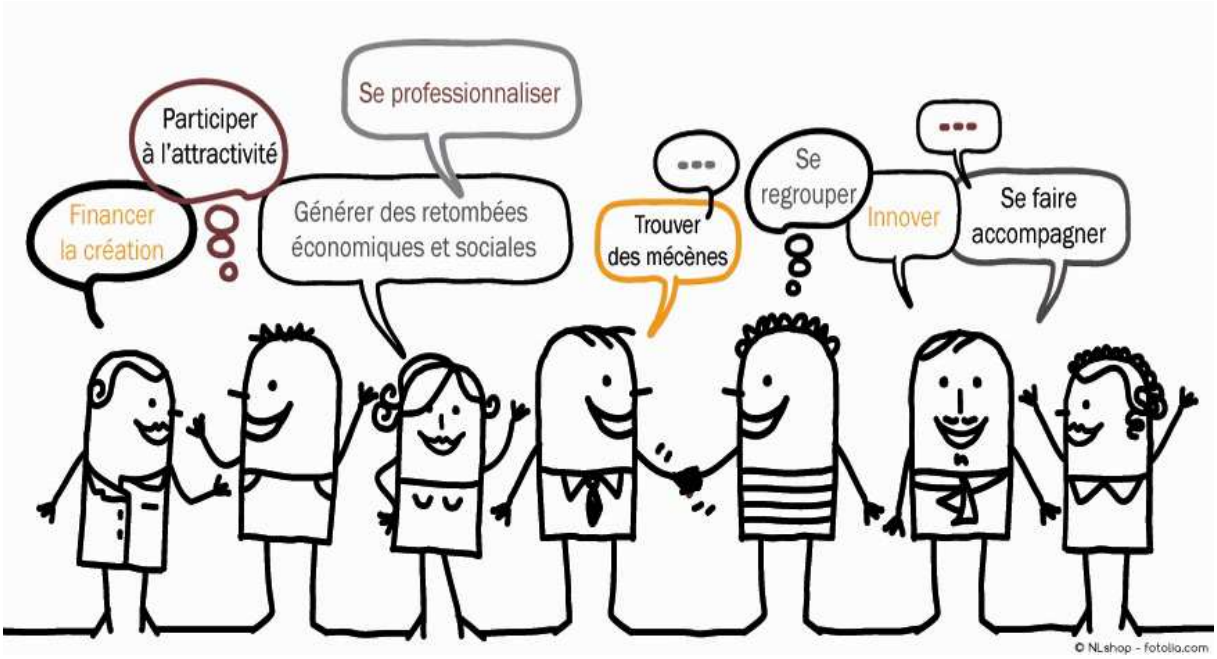
Pays Cœur d'Hérault

CULTUR€CONOMIE

De nouvelles relations à inventer ?



Synthèse du Forum culturel 2013 en Pays Cœur d'Hérault

Jeudi 19 décembre 2013 - Ô Marches du Palais (Lodève)

*Le Pays Cœur d'Hérault, qui regroupe les 3 Communautés de Communes du **Clermontais**, du **Lodévois et Larzac** et de la **Vallée de l'Hérault**, est situé dans le Département de l'Hérault en Région Languedoc-Roussillon, à égale distance entre les agglomérations de Montpellier et de Béziers.*

Outre les influences et dynamiques induites par cette proximité, il bénéficie d'une accessibilité idéale grâce à la présence de 2 autoroutes gratuites (A75/A750) et d'un cadre de vie préservée (présence de 3 Grands sites « Saint Guilhem le Désert et Gorges de l'Hérault », « Vallée du Salagou et Cirque de Mourèze », Cirque de Navacelles »). En cela, le Cœur d'Hérault est aujourd'hui un territoire qui fait l'objet de nombreux développements touristiques, résidentiels ou économiques.

Face à ces évolutions, le Pays Cœur d'Hérault s'est doté d'un organe de réflexion et de coordination permettant aux différents partenaires regroupés au sein du Pays de travailler à l'échelle pertinente du bassin de vie. Economie, tourisme, culture, santé, aménagement du territoire, instruments financiers… l'équipe technique du Pays accompagne l'ensemble des acteurs du territoire pour un développement harmonieux et durable du Cœur d'Hérault.

La mission culturelle du Pays met ainsi en œuvre la stratégie définie dans le cadre d'un Schéma de développement culturel réalisé en 2008. Un des axes concerne notamment la structuration, l'accompagnement et la valorisation de la dynamique culturelle. Dans cet objectif, le Pays Cœur d'Hérault organise depuis 2008 un Forum annuel permettant aux acteurs culturels de se rencontrer et de réfléchir ensemble à des problématiques d'actualité.

***

Synthèse réalisée par le Pays Cœur d'Hérault

Rédacteur en chef : Louis VILLARET - Président
Directeur technique : Thierry LANIESSE - Directeur
Réalisation opérationnelle : Magali LEON-PHILIP et Valérie AFFRE - Mission Développement culturel
Photographies : Vincent SECCHI

®Mars 2014

Remerciements : Le Pays Cœur d'Hérault remercie tous les intervenants du Forum culturel 2013 et ses partenaires pour leur contribution à cette synthèse.

Cette synthèse est en libre téléchargement sur la plateforme culturelle du Pays Cœur d'Hérault, rubrique « Journées de rencontres culturelles » : **www.coeur-herault.fr/culture-et-patrimoine**

SOMMAIRE

Ouverture et cadrage p. 05
Ouverture de la journée p. 06
Conférence de cadrage p. 08

Table-ronde 1 - Entreprendre dans le secteur culturel : création, innovation, mutualisation p. 14
Yves Bommenel - *Une autre économie de la culture : emploi, coopération, innovation* p. 15
Anne Bais - *Le panier culturel ou les circuits courts de la culture* p. 16
Claude Sapej - *L'accompagnement à la création d'entreprises culturelles et artistiques* p. 17
Questions du public p. 17

Table-ronde 2 - Attractivité des territoire, retombées économiques et sociales p. 19
Laurent Laborie - *Tourisme culturel et attractivité des territoires : Bourbonrama ou comment valoriser l'empreinte « Bourbons »* p. 20
Emmanuel Négrier - *Retombées économiques de la culture et des festivals : portée, limites, risques* p. 22
Didier Bardy - *La Librairie-Tartinerie de Sarrant : les retombées sociales d'un projet culturel sur un territoire* p. 24
Interventions du public p. 24

Table-ronde 3 - Mécénat et nouveaux modes de financement p. 27
Véronique Cottenceau - *L'Etat et le mécénat - Rôle, actions et perspectives* p. 28
Emilie Sieso - *Le Printemps des Pierres de Sommières : un fonds de dotation pour le patrimoine* p. 31
Aurélien Delsol - *Le financement des projets d'économie sociale et solidaire* p. 32
Interventions du public p. 34

Clôture de la journée p. 36

Présentation des intervenants p. 39

Repères bibliographiques p. 43

Liste des participants p. 48

CULTUR€CONOMIE

De nouvelles relations à inventer ?

L'économie a longtemps ignoré la culture, et ce n'est que depuis les années soixante que l'on parle réellement d'une « économie culturelle et créative ». Même si aujourd'hui encore les outils méthodologiques et statistiques sont peu nombreux et incomplets, tout le monde s'accorde à reconnaître le dynamisme du secteur culturel et ses nombreux atouts : création de richesses et d'emplois « non délocalisables », valeur sociale et éducative, impact sur l'attractivité touristique, etc.

Pourtant dans un contexte économique incertain et en pleine mutation, le secteur culturel est particulièrement touché. Pour y faire face, on voit ainsi se développer des pratiques alternatives innovantes et de nouveaux modes d'organisation, qui positionnent l'acteur culturel en véritable entrepreneur.

Parallèlement, le mécénat prend un nouvel essor : il se territorialise fortement et concerne un nombre croissant d'initiatives culturelles. Les nouvelles modalités de mécénat s'inscrivent aussi dorénavant dans des démarches relevant de l'économie sociale et solidaire, et de nouveaux modes de financement apparaissent.

Toutes ces initiatives exercent sur le développement local et régional un impact non seulement culturel, mais aussi économique et social important.

Conscient de ces évolutions, le Pays Cœur d'Hérault a souhaité proposer ce temps de rencontre, avec pour objectif d'informer et de favoriser les échanges entre les acteurs culturels et économiques du territoire, afin qu'ils puissent développer ensemble de nouveaux modes de partenariat.

Ouverture
et cadrage

Ouverture de la journée

Marie-Christine BOUSQUET

Maire de Lodève et Présidente de la Communauté de communes Lodévois et Larzac

Mme Bousquet accueille tous les participants à ce forum culturel et remercie :

- les hôtes et propriétaires du lieu, la galerie « Ô Marches du Palais » qui accueille de nombreuses initiatives culturelles locales ;
- le Président du Pays, Louis Villaret, et son équipe ;
- toutes les institutions présentes.

Mme le Maire précise qu'il est important aujourd'hui de réfléchir ensemble sur les problématiques culturelles territoriales. De beaux exemples d'initiatives privées liées à des initiatives publiques émergent. Pour exemple, l'inauguration, la veille, de l'exposition au Musée de Lodève de la collection d'un propriétaire privé qui a accepté pour la première fois de faire sortir de Turquie son exposition personnelle.

Le mécénat est de plus en plus important sur le territoire du Lodévois et Larzac : l'exception culturelle et la qualité des paysages, notamment en matière de Grands Sites, favorisent les volontés culturelles.

Louis VILLARET

Conseiller général et Président du Pays Cœur d'Hérault

Mr Louis Villaret remercie Mme le Maire pour son accueil. Il rappelle que le Pays est un laboratoire d'aménagement du territoire, entouré par de grandes agglomérations, et qui ne souhaite pas devenir une périphérie, mais un territoire à part entière.

L'économie locale repose sur trois piliers essentiels :

- l'agriculture à travers la viticulture et le pastoralisme, avec les Causses et le classement au Patrimoine mondial de l'Unesco ;
- l'artisanat et les métiers d'art : Lodève et le site d'Argileum à St Jean de Fos, classés respectivement Ville et Site des Métiers d'Art ;
- le tourisme, avec 3 grands sites, dont 1 déjà labellisé Grand Site de France.

Pour animer ce territoire autour de ces trois socles, il y a les entreprises privées, les associations, les collectivités territoriales, la région et une agence de développement économique à St André de Sangonis.

La culture en Pays Cœur d'Hérault, c'est notamment :

- un agenda culturel réalisé pour faire prendre conscience aux habitants et aux acteurs locaux que ce territoire est une fourmilière,
- une vingtaine de festivals,
- Lodève à travers les Voix de la Méditerranée et le musée Fleury,
- Clermont l'Hérault, avec son théâtre et son cinéma,
- Gignac et la salle Le Sonambule, dédiée au musiques actuelles, etc.

Il y a donc une richesse culturelle importante qui s'accroit depuis une quinzaine d'années avec l'apparition d'offices culturels notamment.

Pour terminer, Louis Villaret rappelle quelques phrases de François Hollande à Arles lors des Rencontres photographiques, qui parlait d'un grand chantier où la culture crée de l'emploi, « *la France doit faire de la culture un levier économique* ».

L'objectif de ce forum est de présenter la culture sous toutes ses formes. C'est un moyen de mettre en place des échanges entre les différents acteurs afin de démultiplier son effet de levier sur l'économie, le tourisme, l'urbanisme et de contribuer ainsi à l'attractivité d'un territoire. C'est également un moyen de créer de la cohésion sociale et une amélioration du cadre de vie. Dans la pépinière d'entreprises de Saint-André-de-Sangonis, trois petites entreprises sont déjà dans une démarche d'innovation culturelle.

L'actualité de Pays Cœur d'Hérault est marquée par l'adoption de la nouvelle charte, adoptée au Caylar le 06 décembre 2013. Mr Villaret explique qu'un des objectifs précise qu'il faut penser le Cœur d'Hérault comme une destination culturelle.
L'objectif est à atteindre d'ici 2025, avec l'appui du Conseil Général (représenté par Mme Bousquet et Mr Villaret), le Conseil Régional Languedoc Roussillon (représenté par Mme Collerais), et la DRAC – Direction Régionale de l'Action Culturelle (représentée par Mr François Duval).

Josianne COLLERAIS
Vice-Présidente du Conseil régional Languedoc-Roussillon, déléguée à la Culture et au Patrimoine

Mme Collerais, représentant le Président Christian Bourquin, remercie Mr Villaret, Mme Bousquet, les propriétaires des lieux, les organisateurs de cette journée et les différents participants.
Elle rappelle que la politique de la Région est de rétablir le déséquilibre rural-urbain en apportant son soutien aux acteurs culturels locaux. Le contexte politique est difficile mais quand on parle de culture, on parle d'exception culturelle. Il ne faut pas oublier que la culture est source d'emplois, avec d'importantes retombées sociales, économiques et fiscales (*cf. Etude en 2008 faite par Emanuel Négrier sur les festivals et leurs retombées économiques*).

François DUVAL
Conseiller théâtre et danse, DRAC Languedoc-Roussillon

Mr Duval salue l'initiative du Pays Cœur d'Hérault et remercie Mr Villaret pour son accueil. Il souligne que ce territoire est marqué par une activité artistique importante faite par des personnalités fortes et exigeantes. Sur ce territoire, la collaboration entre l'État, acteurs culturels et collectivités, est très régulière.

Le thème choisi est très pertinent : aujourd'hui, la culture est une source économique. Le mécénat est nouveau également : la culture fait partie intégrante de la vie économique.

Conférence de cadrage

***Jean-Michel TOBELEM**, Cabinet Option Culture (Paris)*

Culture : de l'économie au développement

Peut-on établir un lien entre les activités culturelles et artistiques et le développement de la société ? Quels effets exerce la culture sur le développement des territoires ? Peut-on mesurer l'impact des équipements et des événements culturels ? Faut-il établir un lien entre le secteur artistique et culturel et celui des industries de la création ? Ces questions appellent nécessairement des réponses nuancées. Si l'on admet que loin d'être seulement une charge, la culture représente aussi – et peut-être surtout – un investissement au profit de la population et du développement de la société dans son ensemble, il reste à se demander comment amplifier de tels effets positifs.

Culture et croissance économique

Traditionnellement identifiés comme des facteurs de production, travail et capital ne peuvent expliquer à eux seuls la croissance de la production nationale. D'autres éléments doivent nécessairement être pris en compte, qui tiennent à l'organisation, à l'information, à la formation et à l'innovation. Autrement dit, le progrès technique est lié à la recherche et à l'éducation, mais aussi à la culture, qu'il s'agisse de management, de créativité ou de design. Dans cette mesure, les dépenses en faveur de la culture participent bien à la croissance de l'économie.

Culture et activités productives

C'est d'autant plus vrai aujourd'hui, dans une économie dominée par les services, la dimension immatérielle (le capital des marques) et les droits de propriété intellectuelle, ainsi que les industries culturelles et créatives : édition, musique, cinéma, audiovisuel, jeux vidéo, mode, architecture, design, voire marché de l'art, gastronomie et tourisme culturel.

L'attractivité culturelle des territoires, au-delà d'autres facteurs (marchés, transports, éducation), intervient aussi dans les choix d'implantation des créateurs et des entreprises, comme on le voit dans les métropoles européennes et nord-américaines, mais aussi à Singapour ou à Abou Dabi. Les stratégies de nombreuses villes et territoires passent aujourd'hui par une communication qui s'appuie sur la promotion des activités culturelles et sur la mise en évidence de leurs richesses artistiques et patrimoniales.
Dès lors, le domaine des arts et de la culture ne peut plus être considéré comme un secteur à part et improductif, voire frivole.

La culture, dépense ou investissement ?

Le patrimoine est quant à lui davantage considéré comme un instrument de développement, en relation avec une approche endogène de la croissance des territoires. De charge, il peut désormais être considéré comme une ressource, à la condition bien sûr de le mettre en situation de répondre à de nouveaux besoins de la société : activités productives, logement, programmes sociaux, éducation, culture, tourisme. S'agissant de la dimension culturelle et touristique, il conviendra nécessairement d'élaborer un programme de développement et d'animation autour des sites patrimoniaux.

Les marges de manœuvre financières

Elles sont de plusieurs ordres :

- Billetterie (recettes fondées sur l'attractivité de la manifestation ou de l'équipement culturel)
- Ressources propres (librairie-boutique, espace de restauration, location d'espace)
- Mécénat (particulier, fondations et entreprises)

Deux autres leviers peuvent être activés :

- La mutualisation des moyens humains, techniques et financiers (mise en réseau)
- Le partage des coûts et des dépenses (partenariats, regroupements et coopération)

Il existe toutefois certaines limites :

- L'augmentation des tarifs peut entrer en contradiction avec l'objectif de démocratisation
- Les sources privées se réduisent du fait des effets de la crise et pour des raisons structurelles (montée en puissance des autres causes que le mécénat de la culture)
- Le financement participatif doit encore faire la preuve de son efficacité

Reste deux points à approfondir, en complément du reste :

- L'intégration dans les politiques publiques (éducation, social, aménagement du territoire, tourisme, économie, formation), en évitant le risque de l'instrumentalisation
- L'utilisation des techniques gestionnaires (marketing, stratégie, connaissance des publics, démarche qualité, évaluation, nouvelles techniques de promotion et de communication…), en gardant à l'esprit qu'il ne s'agit pas d'une finalité mais de moyens mis au service du projet culturel

Culture et développement local

Les retombées attendues par les collectivités locales d'une mise en valeur des sites culturels sont généralement les suivantes :

- la création de flux touristiques,
- des dépenses induites dans les domaines de l'hébergement, de la restauration, des travaux d'aménagement et du commerce (souvenirs, artisanat, produits du territoire, boutiques de créateurs),
- la création d'emplois,
- la mise en place de filières de développement économique,
- l'affirmation d'une image de marque identitaire permettant de développer des actions de communication.

Un tel projet doit de surcroît consolider le sentiment d'appartenance et la fierté des habitants à leur territoire. On verra toutefois que pour être considérée comme un « gisement », la culture doit répondre à certaines caractéristiques. Il convient en outre d'éviter des phénomènes de rejet, qui sont à craindre lorsqu'un équipement ou un événement culturel ne sont pas accompagnés par des actions d'explication, de sensibilisation et d'appropriation par les acteurs du territoire ; en montant notamment les bénéfices à en attendre, d'un point de vue social, éducatif ou économique.

Villes et industries créatives

On observe depuis vingt ans l'utilisation de l'outil culturel dans les stratégies de revitalisation urbaine de nombreux pays, pour plusieurs raisons :

- politiques de décentralisation
- réponse aux besoins des habitants et des équipes artistiques
- recherche d'une meilleure qualité de vie et d'une cohésion sociale accrue
- réhabilitation de bâtiments désaffectés et reconversion de friches industrielles
- développement touristique
- stratégie d'image et d'attractivité
- constitution de districts culturels et stimulation des industries créatives

Les études d'impact économique

Les études d'impact ont pour objet d'analyser les retombées économiques et sociales de l'implantation d'un équipement culturel ou de l'organisation d'une manifestation dans un territoire.

Il s'agit de montrer que la culture est capable d'engendrer des revenus et de créer des emplois, que la culture constitue un bon investissement, dont les coûts ne sont pas si élevés. Ces études mettent en évidence trois catégories d'impacts, évalués de façon monétaire : directs, indirects et induits (il peut exister en

effet des impacts non monétaires, en termes d'image, de cohésion sociale ou de qualité de vie).

Les bénéfices directs correspondent aux dépenses des visiteurs et aux autres recettes du site culturel (entrées, boutiques, subventions, donations). Les bénéfices indirects correspondent aux dépenses effectuées par les visiteurs à l'occasion de leur voyage ou de leur séjour pour accéder au site culturel : hôtels, restaurants, transport, achat de cadeaux, etc.

On observera que l'importance des consommations connexes sera d'autant plus forte que l'offre locale (en hôtellerie, transport, commerce, restauration…) sera significative. Dans le cas contraire, ces consommations se produiront hors de la zone considérée. Cela soulève toutefois plusieurs difficultés :

- Il convient d'exclure les dépenses des résidants.
- Il convient de faire la part des visiteurs venus principalement en raison de l'offre culturelle.
- Il convient de préciser la part qui revient à tel ou tel équipement culturel, lorsque ces derniers sont multiples.

Par dépenses « induites » enfin, on entend le mécanisme par lequel une dépense initiale engendre des répercussions « en chaîne » dans l'économie. Mais, faute de consensus sur la prise en compte d'un multiplicateur de cette nature à l'échelle internationale, ces effets induits ne sont pas nécessairement pris en compte.

Les limites des études d'impact

Les limites des études d'impact sont de plusieurs ordres.

Le fait de mettre en évidence des flux économiques positifs n'empêche pas que des utilisations alternatives des ressources de la collectivité auraient pu avoir ailleurs un impact supérieur. L'analyse d'impact ne peut donc aider à prendre une décision, ni à la justifier, car il faudrait alors montrer que d'autres décisions n'auraient pas été meilleures, faute de comparaisons entre des projets alternatifs.

D'autant qu'on mentionne rarement les désavantages nés de l'opération en cause : encombrement, files d'attente, pollution, les nuisances sonores, etc.

Sans compter la transformation de certains territoires en zones purement touristiques – avec leur lot d'enseignes banalisées – tendant à exclure des équipements et des commerces de proximité.

Cela a également l'inconvénient de favoriser les grands projets au détriment d'opérations plus modestes mais pouvant répondre à une véritable utilité, l'analyse économique tendant à prendre le pas sur la décision culturelle. Si l'objectif est de montrer que les équipements et les événements culturels ont « aussi » un rôle économique, alors ce type d'étude n'est pas inutile, à la condition qu'on ne l'utilise pas pour servir de fondement à une décision qui ne peut dépendre principalement de critères économiques.

L'apport des équipements culturels peut certes être apprécié sur le plan de la qualité de la vie et dans la perspective de rendre le territoire séduisant pour attirer les sociétés et leurs salariés, voire les entreprises innovantes et les cadres qu'elles emploient, mais ce n'est jamais une raison suffisante pour le choix d'une implantation.

Comment optimiser l'impact des événements et des équipements culturels ?

La maximisation des impacts d'un équipement ou d'un événement culturel dépend de plusieurs facteurs :

- la qualité de la réflexion et des études préalables ;
- l'ampleur de la préparation en amont de l'ouverture de l'équipement ;
- la volonté politique de développement manifestée par les autorités locales ;
- la convergence des initiatives – publiques et privées – autour d'un dessein commun ;
- l'appropriation du projet par les acteurs et les partenaires locaux et leur mobilisation autour de sa réussite ;

- son inscription dans une stratégie de développement et un projet de territoire.

De plus, s'il est vrai que les caractéristiques du projet culturel lui-même ne sont pas réductibles à un modèle préétabli, certaines constantes semblent néanmoins devoir être mises en évidence pour favoriser la réussite de ces démarches :

- l'innovation représentée par la création de l'équipement culturel ;
- la cohérence avec les politiques locales, mais également entre l'échelle du projet et l'échelle du territoire ;
- l'accessibilité physique et psychologique de l'équipement (cf. notamment les questions de tarification) ;
- la parfaite insertion dans le territoire, permettant son appropriation optimale par les habitants de proximité ;
- la capacité à susciter un effet d'entraînement sur la dynamique du développement local ;
- ainsi que la mise en place d'un système cohérent et suivi de coopérations et de collaborations favorisant les synergies partenariales.

On rappellera à ce propos que certains équipements à vocation structurante – mais qui s'apparentent parfois davantage à des investissements « hors sol » – peuvent connaître l'échec faute de réussir leur implantation locale, en dehors même des trop fréquentes erreurs initiales de positionnement.

Quelle méthodologie de développement de projets culturels ?

On peut retenir les points suivants :

- l'inscription de la démarche culturelle dans une stratégie de développement du territoire ;
- la réponse à des besoins définis (exprimés ou sous-jacents) ;
- la définition du bon positionnement de l'équipement ;
- l'établissement de sa « légitimité » auprès de la population locale ;
- la garantie de son rôle de catalyseur de projets ;
- la mise en place de coopérations et de partenariats ;
- l'intégration dans les schémas relatifs à l'aménagement culturel du territoire.

Dans le domaine touristique, une stratégie de tourisme culturel peut être articulée autour de plusieurs axes, dont les suivants :

- la connaissance de la demande et de l'offre ;
- le rapprocher entre professionnels du tourisme et de la culture ;
- la mise en place d'une logique de réseau, avec un système de promotion et de distribution coordonné ;
- une répartition claire des responsabilités entre les différents échelons territoriaux.

Comment renforcer le caractère structurant des équipements culturels dont c'est la vocation ?

Il convient dans un premier temps de déterminer comment un équipement culturel majeur peut être considéré comme « structurant » :

- l'amélioration de l'accès des publics – et en particulier des habitants de proximité – à l'art et à la culture ;
- la lutte contre les déséquilibres en matière d'accès à la culture par l'aménagement culturel du territoire régional ;
- les actions de « développement » culturel ayant pour objet de lutter contre les difficultés de la vie dans les quartiers ;
- la création d'un lieu de référence et d'un centre de ressources pour les acteurs du territoire, s'accompagnant de la mise en place de partenariats et de coopérations ;
- l'organisation, la coordination et la promotion de l'offre culturelle et artistique du territoire, valorisant les ressources existantes et s'appuyant sur les énergies locales ;

- la participation au développement touristique du territoire, permettant de lutter contre une concentration excessive de la fréquentation dans les lieux phares de l'Hexagone.

Mais deux obstacles sont à surmonter pour que la culture joue un rôle encore plus affirmé dans les processus de développement :

- d'une part, le caractère nécessairement multidimensionnel des démarches à entreprendre ;
- d'autre part, la familiarité parfois insuffisante des professionnels de la culture à l'égard des enjeux du développement local.

L'enjeu devient alors, d'une part, celui d'une meilleure intégration de la problématique culturelle dans les politiques publiques ; et, d'autre part, celui d'une prise en compte plus affirmée des problématiques de développement par les responsables d'équipements culturels.

Conclusion

Le secteur culturel peut – dans certaines circonstances et aux conditions mentionnées précédemment – être un producteur de ressources économiques nouvelles ; reste qu'en dernière instance, seule une justification de nature culturelle, scientifique, sociale ou éducative constitue le véritable fondement de la dépense culturelle.

Pour une certaine part, le secteur des arts et de la culture peut contribuer autant qu'il est possible au bien-être et à la prospérité des territoires, et ceci selon trois modalités :

- en faisant bien sûr le meilleur usage possible des aides et des subventions qui lui sont attribuées ;
- en participant à la mise en valeur des ressources du territoire (qu'elles soient patrimoniales, artistiques, pédagogiques ou scientifiques) ;
- en créant un contexte favorable ou en contribuant au développement de produits et de services répondant à une demande des publics.

De ces observations découlent en définitive la nécessité d'élaborer une stratégie fixant des objectifs prioritaires, affichés comme tels en interne, et clairs vis-à-vis des tutelles, des partenaires, des financeurs et des autres parties prenantes.

Forum Culturel

Table-ronde 1

Entreprendre dans le secteur culturel : création, innovation, mutualisation

Malgré une importante dimension entrepreneuriale du secteur culturel, le contexte incertain et en profonde mutation pousse l'acteur culturel à rechercher de nouveaux équilibres et modes d'organisation.
Quelles sont les conditions qui favorisent ou entravent l'entrepreneur culturel ?
Quelles sont les forces et limites de ces pratiques alternatives ?
Quelles sont les nouvelles pistes qui s'offrent aux artistes et acteurs culturels au plan local (réseaux, mutualisation…) ?

Cadrage et animation :
Jean-Michel TOBELEM, *Cabinet Option Culture*

***

***Yves BOMMENEL**, Directeur de La Méridionale des Spectacles et membre du Conseil d'administration de l'UFISC*

Une autre économie de l'art et de la culture : emploi, coopération, innovation

Militant et entrepreneur culturel, Yves Bommenel est membre du Conseil d'administration de l'UFISC qui compte 2000 entreprises. L'UFISC revendique la notion non délocalisable de l'emploi culturel. Au départ, ce regroupement avait des revendications strictement économiques (sur la TVA par exemple). Depuis, il s'est doté d'un Manifeste qui donne une échelle de valeurs (l'art est le moteur de la démocratie en faisant du « vivre ensemble ») et s'inscrit dans l'économie sociale et solidaire. Il revendique l'initiative privée et l'autonomie de gestion, le rapport aux populations sur les territoires (générateur de lien social et de développement économique). Il souligne l'importance de diversifier l'offre culturelle car cela contribue aux richesses à venir et donne des pistes de développement. Le rôle des associations et des petites SARL (modèle proche du modèle associatif) est important dans le secteur culturel car elles assurent une gestion désintéressée dans leur mission. Yves Bommenel revendique la primauté de la diversité culturelle, de la coopération :

- L'échange de savoir faire qui permet d'avancer.
- Pas de concurrence mais de la complémentarité entre les acteurs.
- L'importance de l'activité des citoyens en tant que spectateurs, mais aussi en créant et en imposant leurs projets.

L'innovation est également très importante dans la mise en œuvre des projets. Dans le secteur culturel, il y a une grande capacité à inventer, à créer des liens avec l'artisanat créatif, le tourisme.
Enfin, il faut travailler sur la structuration des filières et des territoires en mobilisant les politiques, les consulaires, les secteurs bancaires pour monter des projets coopératifs (regroupement d'employeurs, mutualisation de moyens matériels et humains). Il faut mettre en avant la mutualisation, les clusters (grappes) d'entreprises, la co-construction…
Le lien entre acteurs, chercheurs (observation participative partagée, appel à l'aide des chercheurs et des universitaires pour avoir un regard extérieur) et politiques est à renforcer.
La culture apporte énormément au secteur économique, par exemple au niveau de l'impact social et du développement durable.

Jean-Michel Tobelem : Dans quel état d'esprit êtes-vous aujourd'hui ?
L'humeur est plutôt positive pour l'avenir : la crise c'est le quotidien depuis 40 ans, mais il faut imaginer de nouvelles solutions, s'adapter.

Anne BAIS, Association ZAM (Lyon)

Le panier culturel ou les circuits courts de la culture

Le projet de panier culturel consiste à transposer l'idée des paniers de fruits et légumes des AMAP à la culture en proposant la découverte de produits matériels (livres, CD…) et immatériels (places de spectacles…). L'objectif est de faire connaitre un réseau artistique émergent mais peu visible : apporter un soutien aux artistes en matière de visibilité et de ressource financière (rétribution des artistes en achetant les œuvres et en les mettant en vente dans le panier). En termes de public, il s'agit de faire connaître la diversité culturelle, uniquement locale.
L'initiative de panier culturel existait déjà à Nantes, portée par l'association AP3C. Au vu du foisonnement associatif à Lyon, il a été décidé de créer l'association ZAM en 2012.

Le projet a été réfléchi en trois phases :

- Un retour d'expérience auprès de l'association AP3C.
- Une étude de marché du territoire diffusée dans les réseaux sociaux essentiellement (budgets, habitudes, goût). Cette étude de marché a démontré un réel intérêt dans ce concept innovant, mais avec un budget assez faible (autour de 30 euros).
- Une réflexion sur le statut et la gouvernance du projet (gouvernance collégiale avec 5 co-présidents), en associant artistes présents dans le réseau, adhérents et conseil d'administration.

Le premier « panier expérimental » a été lancé en mars 2013 en 50 exemplaires pour un coût de 30 euros, sans que le consommateur ne connaisse le contenu du panier, incitant ainsi le public à la découverte. La soirée de distribution a été conçue comme un véritable moment de rencontres entre artistes et publics. Les 50 paniers ont été réservés rapidement et ont reçu un bel accueil des institutions et de la presse. A noter que les consommateurs des paniers n'étaient pas uniquement constitué d'un public culturel et que les paniers ont engendré des ressources supplémentaires (achat de places pour les accompagnants aux spectacles par exemple). Les artistes ont également été très satisfaits de cette expérience.
A l'issue de ce premier lancement, il a été décidé de mettre en place prochainement un abonnement trimestriel avec une tarification solidaire (en fonction des revenus de l'adhérent).
Le deuxième panier a rencontré un succès grandissant (70 adhérents), malgré un relai presse moins important.
Les organisateurs s'interrogent aujourd'hui sur l'avenir de l'association qui rencontre des limites liées à son fonctionnement bénévole. La création d'emplois mutualisés est en cours de réflexion.

Jean-Michel Tobelem : ***Avez-vous pensé à élargir le public lyonnais ?***
Un public élargi est ciblé, il faut améliorer la communication et l'image du projet.

***Claude SAPEJ**, Directeur de Context'Art (Montpellier)*

L'accompagnement à la création d'entreprises culturelles et artistiques

Context'Art est une structure qui travaille sur la formation et l'accompagnement à la création d'entreprises culturelles (30 entreprises dans l'Hérault en 2013), notamment les TPE très fortement représentatives et qui couvrent un grand nombre d'activités.
Context'Art dispose d'une équipe de salariés expérimentés dans le secteur de l'accompagnement d'entreprises, mais aussi de gestionnaires dans les pratiques culturelles. La structure est reliée à des institutions et professionnels de la culture qui interviennent régulièrement.
Les collectivités apportent aujourd'hui des financements importants liés à la création, la formation et l'insertion professionnelle, notamment dus à une forte dynamique des activités culturelles en région, qui contribuent au développement économique.
Il existe des spécificités dans le profil des créateurs reçus, notamment une implication forte et affective dans leur projet (demande de savoir faire, qualification importante). Le créateur place la dynamique économique en arrière-plan. Ces éléments contribuent au développement de l'expertise d'accompagnement de projets.
La couveuse d'entreprises a été conçue afin de mettre les créateurs en situation : elle évalue la faisabilité du projet en permettant aux créateurs de bénéficier d'un hébergement juridique pour se créer au plus vite, se confronter au marché et donc tester la viabilité du projet de façon durable. L'apprentissage vers la création d'entreprise se fait sous forme de formation progressive (devis, compte de résultat, etc.). Enfin, la couveuse rompt l'isolement du créateur et le met en réseau.
L'évaluation de la durabilité du projet se fait sur trois ans. Il a y un principe de réversibilité en réorientant le créateur si besoin.

Les freins essentiels concernent :

- les financements publics. Il faut renforcer l'accès au financement des entreprises de l'innovation et de l'économie sociale et solidaire.
- le manque de mutualisation : réflexion d'un incubateur au niveau national en mettant en lien les créateurs pour bénéficier des expériences.

***

Questions du public

Existe-t-il un accompagnement pour le secteur associatif ?

Il y a peu d'exemple dans ce domaine, c'est une problématique française. Il existe les DLA (Dispositif Local d'Accompagnement) créés en 2002, qui aident les associations employeurs dans leur démarche de consolidation et de développement. Dans chaque département, une ou plusieurs structures assurent cette fonction en proposant un appui sur mesure et dans la durée aux associations volontaires. La Fédération des Foyers Ruraux peut également apporter son aide aux associations.

Le statut associatif est-il un frein à la démarche entrepreneuriale ?

Il faut être vigilant sur la forme juridique qui peut être un frein à l'activité ou un outil. En fonction de l'univers et de la pluralité des acteurs, il faut envisager un autre mode (coopératif notamment) qui n'empêche pas l'éligibilité à certaines subventions. Il reste de toute façon toujours important de se faire conseiller dans le choix du statut.

Table-ronde 2

Attractivité des territoires, retombées économiques et sociales

L'essor des politiques culturelles locales s'est largement fait au nom de l'attractivité des territoires et des retombées économiques induites par l'activité culturelle. Pourtant en temps de crise, l'impact de la culture peut apparaître moins saisissable et immédiat que pour d'autres secteurs : il est donc nécessaire d'affirmer la place de la culture indépendamment des considérations économiques.
Quel est le lien entre la performance économique d'un territoire et son intensité culturelle ? Quel est l'effet de levier de la dépense culturelle publique ? Comment mesurer l'impact de la culture sur les économies locales ? Comment mieux rapprocher culture et tourisme ?

Cadrage et animation :
Jean-Michel TOBELEM : Cabinet Option Culture

***

***Laurent LABORIE**, Office de tourisme de Moulins et sa région*
Tourisme culturel et attractivité des territoires : Bourbonrama ou comment valoriser l'empreinte « Bourbons »

La région de Moulins comprenant deux Offices de tourisme, 2 EPCI et 1 Office de Pôle, à fort caractère patrimonial, n'est pas représentative de l'image véhiculée par la Région Auvergne (volcans notamment).
Un **premier schéma local de développement touristique** qui met en avant « Tout est Bourbon chez nous ! » a été élaboré. En effet, le patrimoine bâti dans la ville et le département, allié au système agricole découlent des Bourbons. La marque « Bourbon » est mondialement connue (vanille avec la Réunion, le Bourbon, les familles royales d'Espagne notamment descendent des Bourbons). Le thème « Bourbons » avait été jugé trop « monarchique » jusqu'aux préconisations du schéma : le thème a enfin été retenu pour le développement touristique suite à cette étude. Afin de valoriser l'empreinte « Bourbons », il est décidé de mettre en place des **objectifs touristiques ambitieux** :

- Concerner les 37 communes
- Fédérer les acteurs touristiques autour du thème
- Générer des flux dans les sites principaux
- Irriguer et faire découvrir les sites moins connus
- Développer la notoriété du territoire
- Développer la fréquentation touristique globale

Une rencontre avec tous les acteurs culturels et touristiques a été organisée pour créer un produit d'itinérance touristique, à partir de 2007 : **« Bourbonrama »** (1 produit, 4 outils) :

1/ **Un livret-guide** qui présente :
- la généalogie simplifiée des Bourbons, les espaces naturels,
- l'art roman qualifié de « Bourbonnais » au confluent de 3 diocèses,
- 5 Histoires et 5 circuits thématisés.

La déclinaison de ce guide a été faite pour les enfants dans un livret-guide avec sur chacun des sites un accompagnement spécifique (jeux avec distribution d'un diplôme à la fin de la visite).

2/ **Une carte « Privilège »** :
- Accès demi-tarif aux sites principaux pour les adultes
- Accès gratuit aux sites jusqu'à 14 ans
- Réductions, avantages chez près de 50 partenaires (hébergement, restauration, artisans…)

3/ **50 histoires à écouter sur 50 sites différents** :
- en format MP3,
- location lecteurs MP3,
- téléchargement gratuit ,
- vente de CD audio.

L'exploitation de « Bourbonrama » pendant 5 ans a abouti à sa cessation en 2011 du fait d'un résultat faible (environ 10 000 visites générées chez les partenaires) et d'un chiffre d'affaires direct issu des ventes du produit d'environ 12 000 euros pour 95 000 euros investis.
Les retours sont néanmoins intéressants : de nombreuses retombées presse les deux premières années, ainsi qu'une forte augmentation de la notoriété du territoire.
Le contenu existe toujours et a été transposé sur « Every Trail » (plateforme pour utilisation GPS notamment) : près de 20 000 consultations en ligne en deux ans et demi, 500 téléchargements.

Les enseignements de cette expérience :

Les difficultés :

- Difficile de vendre en matière de tourisme et de culture s'il n'y a pas d'investissement direct des acteurs, notamment culturels.
- Le public pour un produit thématique est difficile à élargir.
- Les efforts de communication sont très onéreux sur du long terme.

Les retombées induites non négligeables :

- Tout n'est pas tourisme.
- La mise en place du réseau crée des habitudes de travail.
- On ne peut pas faire du tourisme partout et avec tout le monde : travailler quand les autres sont en vacances est parfois difficile à faire admettre sur des sites gérés par des collectivités. Il faut donc en tenir compte et être patients.
- Les Bourbons sont visibles sur les sites et en dehors.
- Investissement du Conseil Général de l'Allier pour la création d'un centre interprétation autour des Bourbons.
- Une bien plus grande visibilité auprès des prescripteurs.
- Moulin et sa région sont aujourd'hui 2 étoiles au Guide vert Michelin.

Quel est aujourd'hui le lien entre le tourisme et la culture ?

9 sites culturels structurés, ouverts toute l'année, avec 160.000 visiteurs par an qui consomment et sont générateurs d'économie.
« *Merci aux Bourbons* ! »

***Emmanuel NEGRIER**, Docteur en Sciences Politiques, Directeur de recherches au CNRS*

Retombées économiques de la culture et des festivals : portée, limites, risques

Il y a beaucoup de méthodes de calcul possibles pour les retombées. Dans le cadre d'une **étude sur le poids de la culture à Turin,** les économistes ont ainsi choisi de comptabiliser à la fois les dépenses des non-résidents (touristes avec billetterie culturelle, restauration…) mais aussi celles des turinois au motif que, participant à une offre culturelle, ils étaient en quelque sorte « touristes chez eux » !. Ils comptabilisent aussi l'impact des politiques de rénovation patrimoniale sur le prix du foncier, sans oublier les retombées induites : hébergement, restauration… qui payent des salaires des turinois, qui dépensent sur place, et apparaissent sous la forme d'un multiplicateur keynésien.

L'**enquête que nous avons faite en 2012 sur les retombées territoriales de 6 festivals de Musique du Monde en PACA** démontre l'importance de l'apport territorial de la culture par la mobilisation de ressources locales, l'enracinement des équipes, et les retombées engendrées par les publics. La limite demeure que le niveau de retombées économiques, pour positif qu'il soit, ne doit pas être considéré comme un étalon de pertinence artistique. Le classement des retombées économiques (colonne « retombées sur le tableau ci-dessous) est très différent de celui correspondant à la pertinence artistique des événements en question (jaugée en fonction des déclarations d'experts de la décision artistique dans ces domaines) :

FESTIVALS (MOIS)	RETOMBÉE	POLITIQUE
BATTERIE/ MAI	11	6
VIOLON / JUIN	8	8
CLAQUETTE JUIN	19	4
BOURRÉE/ JUIN-JUILLET	16	1
SAXOPHONE/ JUILLET	5	16
VIBRAPHONE/ JUILLET	14	3
YOUKOULÉLÉ/ JUILLET	2	13
HARPE / JUILLET	13	7
ALTO/ JUILLET-AOÛT	1	14
OUD/ JUILLET	4	9
BANJO/ AOÛT	12	17
BASSE/ JUILLET	14	11
CHANT/ JUILLET	10	19
CONGAS/ AOÛT	3	12
SYNTHÉTISEUR/ AOÛT	9	18
CLARINETTE/ AOÛT	6	2
GUITARE/ OCTOBRE	7	10
TROMPETTE / NOVEMBRE	18	15
TRIANGLE/ NOVEMBRE	17	5

- Le festival de musique classique est n°1 en matière de retombées économiques puisqu'il a lieu au cœur de l'été.
- Le festival de claquettes est n°1 en matière de retombées politiques : il a lieu en dehors de la période touristique ; le logement des artistes et des publics a lieu chez l'habitant et ne génère pas de retombée monétaire. Pourtant, il est considéré comme un événement majeur en termes artistiques.

Certains festivals peuvent cumuler les deux retombées. Mais il ne faut pas pour autant croire à la scientificité des retombées :

► Les retombées économiques de la culture suscitent une controverse de méthode :
- Les modèles doivent être explicites et discutés
- Il n'y a pas de modèle unique ou idéal

► Elles constituent une justification partielle et paradoxale de la dépense publique :
- La révélation de l'impact en termes de développement
- Le danger du recours à la justification dominante en termes de développement

► Elles ne peuvent être considérées comme un critère de décision culturelle
- Hétérogénéité logique des résultats
- Extériorité des arguments économiques
- Adaptabilité des justifications artistiques et culturelles

Didier BARDY, La Librairie-Tartinerie de Sarrant

La Librairie-Tartinerie de Sarrant : les retombées sociales d'un projet culturel

La ville de Sarrant (300 habitants) se situe dans le Gers, à une heure de Toulouse. Président du Conseil de Développement du Pays de Gascogne, Didier Bardy et sa compagne décident de créer un lieu de rencontre autour du livre, la Librairie-Tartinerie. Malgré que peu de soutien financier lié à la culture et à l'économie ne leur soit attribué, ils restaurent un local acheté en 1999. A l'ouverture, la librairie comptait 3.000 livres, aujourd'hui elle en compte 25.000. En 2009, elle devient l'une des premières librairies labellisée LIR. Aujourd'hui, elle emploie trois salariés, ouvre 333 jours par an, organise 50 animations annuelles, la S.A.R.L faisant 380.000 euros de CA annuel. Les animations proposées sont quant à elles toujours portées par l'association. La Librairie-Tartinerie est aussi une maison d'édition liée aux logiques territoriales.

Ce projet est une réelle revendication de l'économie locale solidaire, une culture de projet avec la transformation des faiblesses en atouts : l'étude de marché a d'ailleurs été négative et mettait en avant une « non demande ». La librairie est un lieu de vie avec des animations tout au long de l'année, qui s'adressent à certains publics (familles notamment). Les livres proposés sont choisis, ils permettent la réflexion de chacun, la librairie a une utilité sociale. La Librairie des territoires accompagne les colloques dans toute la France.

Les clés de réussite de ce projet :

- l'importance donnée à l'innovation,
- Le très fort engagement de ses créateurs : pluriactivité (salarié la semaine et libraire le week-end) et bénévolat,
- la croyance dans le territoire et dans le Pays.

***

Interventions du public

Josianne COLLERAIS : Mme Collerais rappelle qu'Emmanuel Négrier est un expert de la politique culturelle, notamment au niveau régional. Elle pense que les retombées économiques apparaissent également au niveau de l'emploi (intermittents du spectacle). L'exigence artistique est primordiale. Elle s'interroge sur l'exclusion des dépenses des publics locaux sur un évènement culturel.

Emmanuel Négrier : comme la plupart des spécialistes, Emmanuel Négrier est plutôt partisan de prendre connaissance des retombées économiques mais de ne pas en faire un critère. Sur la méthode et ses limites, il vaut mieux ne pas comptabiliser les dépenses des publics locaux en termes de retombées « économiques » : si les personnes dépensent davantage que d'ordinaire chez eux, cela n'apporte pourtant pas de ressources qui n'étaient pas déjà présentes sur le territoire. La retombée culturelle est indéniable, par contre : leur pratique montre qu'il y a une attente, moins individuelle que collective, d'ailleurs. On consomme la culture rarement seul.

Un participant habitant le Lot regrette que le facteur « qualité de vie » n'ait pas été évoqué, puisqu'il est constitue une attractivité pour un territoire et une retombée économique à long terme (développement familial, nouveaux arrivants…).

Didier Bardy précise que pour sa librairie, elle démontre son attractivité par l'intérêt qu'y portent les agences immobilières lorsqu'elles font visiter le territoire. Ce lieu constitue un autre type d'attractivité pour les touristes et les locaux.

Pour ***Henry Cartayrade***, la notion du temps et de l'engagement personnel et collectif que peuvent avoir les associations et individus en lien avec le pouvoir politique sont très importants. La tenue d'un colloque comme celui d'aujourd'hui constitue une remise en question continue, avec des moments de recul et de doute. Elle participe ainsi à la fabrication d'une intelligence collective, d'une réflexion et d'un échange.

Culturel
Forum

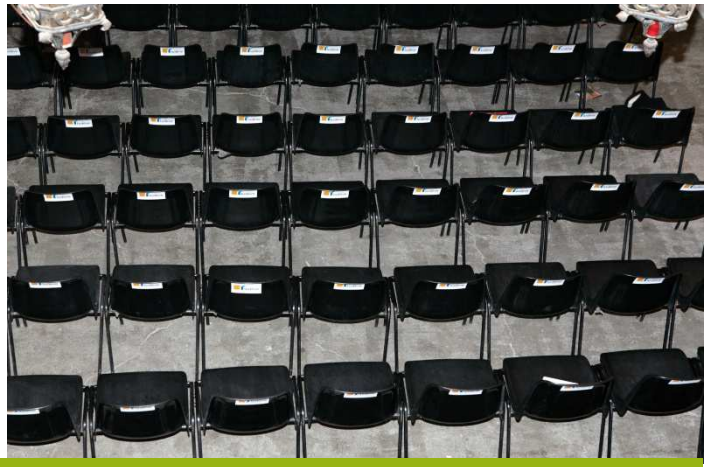


Table-ronde 3

Mécénat et nouveaux modes de financement

Le contexte économique difficile touche en premier lieu le secteur culturel : on constate depuis quelques années une baisse des financements publics et du mécénat, même si ce dernier reste un vecteur d'image positive pour l'entreprise et de motivation pour ses salariés. Avec le développement des réseaux sociaux, des nouveaux modèles de financement sont apparus ces dernières années.
Comment mieux soutenir les entrepreneurs culturels ?
Peut-on imaginer des modèles de financement complémentaires ?

Cadrage et animation :
Jean-Michel TOBELEM : Cabinet Option Culture

***

***Véronique COTTENCEAU**, Chargée de la communication et du mécénat - DRAC Languedoc-Roussillon*

L'Etat et le mécénat : rôle, actions et perspectives

Le rôle de l'Etat Culture, qu'il s'agisse du plan national ou du plan régional, est de favoriser l'essor du mécénat, d'être incitateur, médiateur et d'impulser des initiatives. Le rôle de Véronique Cottenceau au sein de la DRAC est :

- d'accompagner les acteurs culturels à trouver et à adopter la meilleure stratégie pour approcher l'entreprise.

- De faire en sorte que le monde de la culture et de l'entreprise se connaissent mieux et se reconnaissent des valeurs communes.

- De faire vivre les conventions de partenariat passées entre l'Etat et les représentants de la société civile que sont les CCI (Chambre de Commerce et d'Industrie) ; les notaires, prescripteurs dans leurs domaines, c'est-à-dire dans le mécénat des particuliers, legs, donation ou la constitution de fondations ; les experts comptables, ressources incontournables pour la défiscalisation et pour le lien avec les entreprises. Nous essayons ensemble de créer des structures de collectes de fonds privés au profit de la culture et des territoires.

- Mais c'est surtout informer et sensibiliser, c'est pourquoi j'interviens également dans de nombreux masters culturels.

Le dossier du mécénat est complexe et fragile mais si passionnant. Contrairement aux idées reçues, le mécénat n'est pas l'apanage des grandes entreprises, ni de l'Île de France, on assiste à une forte mobilisation des TPE et PME (93% des entreprises mécènes sont des PME). Cette année, nous fêtons les 10 ans du dispositif mécénat. Les avantages fiscaux seront maintenus par l'Etat pendant la durée du mandat actuel a réaffirmé la Ministre de la Culture lors des entretiens nationaux du mécénat.

Le mécénat ne date pas d'aujourd'hui, les budgets de la culture sont peut-être contraints, mais il est faux de dire que l'Etat se désengage, parce qu'avec le crédit d'impôt accordé aux entreprises, l'Etat reste bien présent. Il fallait une nouvelle loi pour faire avancer les mentalités, notamment chez les acteurs culturels souvent réticents à recevoir des fonds privés, rapprocher les nombreux acteurs publics et privés autour d'un projet en plaçant toujours l'intérêt général au cœur des débats. La loi du 1er aout 2003 a permis de rattraper le retard sur les autres pays européens. Il existe encore des marges de progression.

On assiste tout simplement à une mutation où l'outil mécénat contribue à la réflexion. C'est pourquoi le temps est une notion importante pour impacter sur les territoires. La qualité du projet reste la chose essentielle dans la recherche de financements. La richesse ou la réussite du mécénat réside souvent dans du mécénat croisé (association des différents secteurs culturels).

La mobilisation des fonds privés existe :
Avant 2003, 360 millions d'euros étaient dédiés au mécénat, tous secteurs confondus,
3 milliards aujourd'hui (5 millions de foyers font des dons).
On est passé de 2.000 à 40.000 entreprises mécènes en 10 ans.

Les idées reçues s'effondrent de plus en plus : le mécénat n'est pas uniquement une affaire financière, même s'il peut y avoir optimisation fiscale. C'est surtout une belle aventure humaine, une rencontre enrichissante entre deux mondes un peu distants au départ, la culture et l'entreprise.

Pour exemple dans les Pyrénées Orientales, 35 entreprises (TPE et PME) se mobilisent pour aider des projets de territoire (les fonds sont mobilisés pendant 5 ans pour aider une dizaine de projets par an). Très prochainement, un fonds de dotation va naître dans l'Hérault grâce à la complémentarité des compétences de la CCI de Montpellier, de la Chambre départementale des notaires de l'Hérault et de la DRAC pour soutenir quelques projets sur le mode « 1 projet, un territoire ». Un comité de sélection représentatif des deux sphères, publique et privée, culture et entreprise, examinera les dossiers. Le mécénat en région, c'est aussi des projets culturels aidés en mécénat de compétences, en nature, ou par le biais du DLA.

Les perspectives concernant le mécénat en France

- Une grande campagne de communication est prévue en 2014 pour réexpliquer le mécénat, toujours mal connu des particuliers et des entreprises.
- Remonter à 1% (0,5% actuellement) le plafond de défiscalisation pour permettre aux TPE de pouvoir défiscaliser davantage.
- La mesure sur les trésors nationaux et les œuvres d'intérêt majeur pour les entreprises pourrait être étendue à d'autres biens.
- Favoriser le mécénat de compétences : une charte est à l'étude.
- Créer de pôles régionaux du mécénat.

MÉCÉNAT

LE TEMPS DU DÉVELOPPEMENT ET DES MUTATIONS

UN DÉVELOPPEMENT CONTINU DEPUIS 2003

MONTANT GLOBAL

2004 : 1 Md €

2012 : 3 Mds €

entreprises donatrices

volume des dons

x1 — 2002 : - de 2 000 entreprises

x7 — 2012 : + de 32 000 entreprises

particuliers donateurs

2004 : 1,1 million

2012 : 5,4 millions

sources : MCC/mission du mécénat et ministère des Finances/PLF 2014

UNE LOI ATTRACTIVE

60% réduction de l'impôt sur les sociétés (IS) ou sur le revenu (IR)

0,5% plafond du don sur le chiffre d'affaires

redevables ISF : **75%** de réduction de l'ISF dans la limite de **50 000€**

66% réduction de l'impôt sur le revenu (IR)

20% plafond du don sur le revenu imposable

source : Code Général des Impôts, art. 200, 238-bis et 885 0Vbis

1/4 DU MÉCÉNAT D'ENTREPRISE POUR LE SECTEUR CULTUREL

26% du mécénat global en 2012

75% sont de PME

- 39% musique
- 19% musée/expositions
- 19% arts vivants
- 10% photographie, cinéma, audiovisuel
- 10% préservation du patrimoine bâti
- 7% arts plastiques
- 4% édition/littérature
- 4% achats d'oeuvres

source : Admical 2012

TRÉSORS NATIONAUX : UN DISPOSITIF EXCEPTIONNEL

90% de réduction de l'IS pour les sociétés finançant l'acquisition de trésors nationaux et d'œuvres d'intérêt patrimonial majeur (OIPM) pour les collections publiques

67 œuvres majeures acquises pour un montant total de **170 M€**

source : MCC

exemple **Chêne de Flagey de Courbet au musée d'Ornans**

2,5 M€ — 4 M€ — 0,265 M€

42 entreprises au titre du dispositif OIPM

près de **1 500** dons compris entre 1 et 6 600 euros

source : musée Courbet

FONDS DE DOTATION : UN NOUVEL OUTIL

EN MOYENNE **2** FONDS CRÉÉS TOUS LES **3** JOURS

sources : Observatoire de la Fondation de France, Ernst & Young et Journal Officiel des associations

21,5% ont un objet social artistique ou culturel

1 473 fonds de dotation créés au 31 août 2013

source : Observatoire Deloitte des Fonds de dotation, septembre 2013

NOUVEAUX CHAMPS, NOUVEAUX HORIZONS

- développement du mécénat croisé : culture + actions sociales, éducatives, etc.
- développement du mécénat populaire : générosité des particuliers
- développement du mécénat collectif : clubs d'entreprises, projets territoriaux
- développement du financement participatif : crowdfunding réseaux sociaux et plateformes

Ministère de la Culture et de la Communication - Novembre 2013
Délégation à l'information et à la communication / Mission du mécénat
www.culturecommunication.gouv.fr/Politiques-ministerielles/Mecenat

***Emilie SIESO**, Animatrice du patrimoine - Ville de Sommières*

Le Printemps des Pierres de Sommières : un fonds de dotation pour le patrimoine

Sommières est située dans le Gard à la limite de l'Hérault et compte 4 500 habitants. La ville a dû se développer sur le lit du fleuve Vidourle, ce qui a constitué un frein. Elle compte un riche patrimoine :

- Patrimoine architectural et archéologique : 3 monuments historiques, un site inscrit (place du marché), 25 sites archéologiques
- Patrimoine industriel (textile et laine)
- Patrimoine vernaculaire
- Patrimoine mobilier inscrit et classé monument historique
- Patrimoine naturel : 3 sites en ZNIEFF avec des paysages arborés qui constituent de véritables écrins de verdure (Coustourelle, berges, esplanade).
- Patrimoine caché… révélé : 165 mètres linéaires d'archives, un pont antique de 190 mètres entièrement conservé et habité

La ville restaure depuis une vingtaine d'années avec les aides de l'Etat, la région et le département. Les fonds étant de plus en plus réduits, la ville s'est orientée vers le mécénat pour compléter les moyens nécessaires à la restauration et à la valorisation de ses patrimoines. Au départ, le projet a été réalisé grâce au mécénat populaire avec la Fondation du Patrimoine. Puis, sur les conseils de la DRAC, la ville de Sommières a décidé de créer en mai 2011 le fonds de dotation « Le Printemps des Pierres de Sommières ». Ce fonds de dotation a été réalisé grâce à 9 fondateurs, dont la ville, l'Office de Tourisme et des entreprises. Aujourd'hui, l'équipe compte 16 personnes.
Différents outils de communication sont créés. Dans les premières actions auprès et avec des mécènes, il est noté l'importance de se rapprocher des populations locales, d'où la mise en place d'évènements pour animer le fonds :

- « Le Pont fête le printemps » avec la création d'une cuvée spéciale dont les fonds sont reversés aux fonds de dotation ;
- Un vide-grenier, brocante ;
- Marchés, conférence de presse.

Ce fonds de dotation a déjà permis la restauration de deux chartes médiévales conservées aux archives communales, et une aide à la création d'enseignes dans le village historique.
12 projets de grande envergure concernant la sauvegarde et la valorisation du patrimoine sommiérois sont en cours ou à venir :

- restauration du château et des remparts pour les rendre accessibles au public (estimation 650.000 euros)
- restauration de la chapelle castrale et création d'un centre d'interprétation (500.000 euros)
- restauration complète de l'église, des peintures, des décors et des vitraux (estimation 200.000 euros)
- mise en lumière du pont dans sa totalité (estimation 400.000 euros)
- Réseau des villes pontées initié par le Fonds de dotation et la ville

Quel est le bilan après deux ans et demi d'existence ?

Le fonds de dotation compte aujourd'hui 96 mécènes dont 8 entreprises (PME locales), avec une majorité de petits dons (10 à 100 euros).

Comment solliciter les entreprises ? Comment mieux se faire connaître, fidéliser les mécènes, créer un lien permanent ?

Il faut du temps et des compétences spécifiques pour susciter l'envie de donner. Le fonds ne doit pas être identifié « mairie » pour ne pas créer de confusion. Il faut encore travailler pour mieux connaitre les motivations des mécènes.

Quelles sont les perspectives ?

Plusieurs pistes :

- proposer un évènement d'envergure pour lever des fonds plus importants et mobiliser des grandes entreprises ?
- désigner un chargé de mission pour la gestion, le suivi et la relation continue avec les mécènes (rencontres, mailing, relance, information, mise à jours du site Internet…) ?
- Avoir un ambassadeur ?
- Créer un club d'entreprises ?

Aurélien DELSOL, AIRDIE

Le financement des projet d'économie sociale et solidaire

L'Airdie est le représentant régional de France Active en Languedoc-Roussillon depuis 1994. Il couvre l'ensemble de la Région avec des antennes à Montpellier, Nîmes, Perpignan, Carcassonne et Mende. Il a pour objectif de :

- Faciliter et sécuriser l'accès au crédit bancaire des créateurs d'entreprises, notamment des petites entreprises (commerce et artisanat), à destination de tout porteur de projet qui souhaite créer son propre emploi.
- Financer le développement de l'emploi dans les entreprises solidaires (société commerciale ou association, en création ou en développement, qui crée ou consolide des emplois).

Le FINES (Financement des Entreprises Solidaires) :

■ Pourquoi ?

Créé en 2000 suite au constat suivant :

- Les structures de l'économie solidaire sont porteuses d'emplois et d'insertion professionnelle pour des personnes en difficulté.
- La fragilité financière des structures : peu de fonds propres et rentabilité limitée.
- Des besoins financiers importants sur de la trésorerie et des investissements, peu soutenus.
- Positionnement sur des marchés innovants ou expérimentaux.

■ Quelles sont les conséquences ?

Un besoin de financement et peu d'acteurs financiers classiques prêt à les soutenir.

■ Pour qui ?

Des personnes morales : les associations, les entreprises solidaires et les structures d'utilité sociale qui ont une activité économique et qui créent ou consolident des emplois.
On constate ainsi une utilité sociale (objectif d'intérêt général), une activité économique (production de biens ou services et autonomie de gestion), une création ou consolidation d'emplois.

■ Les champs d'intervention sont larges :

structures coopératives, commerciales, handicap, l'environnement, les maisons de retraite, le commerce équitable, le tourisme social, la formation et bien sûr le secteur culturel.

■ Le FINES, c'est quoi ?

Sa mission est de financer le développement de l'emploi dans les entreprises solidaires :

- Analyser et proposer des solutions de financement : identification des besoins et validation de la faisabilité économique du projet ; analyse financière et calibrage de l'apport financier de l'Airdie (garanties sur emprunts bancaires et prêts participatifs) ; aide au montage financier.
- Accorder des financements et conseiller les structures tout au long de la durée du financement.
- Rôle de médiation dans le secteur bancaire : traduction technique, rôle pédagogique pour se saisir d'un langage technique.
- Intervention sur des besoins moyens termes, outils remboursables (prêts).

■ Le FINES : quelles solutions de financement ?

- Le Contrat d'Apport Associatif (30.000 euros maximum sur 5 ans, taux 0%), réservé aux associations. Les financements sont apportés par le Conseil Régional, la Caisse d'Epargne, le CDC et France Active.
- Le Fonds Régional d'Investissement solidaire (FRIS) (60.000 euros maximum sur 5 ans, taux 2%) qui s'adresse aux entreprises d'utilité sociale et aux associations. Les finan-

cements sont apportés par le Conseil Régional, la Caisse d'Epargne, le CDC et France Active.

- La SIFA (à partir de 60.000 euros, remboursable par trimestre, taux 2%). Elle s'adresse aux structures commerciales et associatives. C'est une société d'investissement créée et gérée par France Active, dotée par des investisseurs privés et institutionnels (syndicats, entreprises, fonds d'investissements, CDC).
- Les garanties d'emprunt bancaire.

■ Quelques chiffres clés (2012)

- 100 porteurs de projets accueillis,
- 39 projets financés,
- 1,8 millions d'euro de financements engagés,
- 300 emplois créés ou consolidés,
- 143 structures suivies.

■ Quelques exemples d'intervention de l'Airdie :

Ecole de cirque de Montpellier avec pour activité une école de cirque, des ateliers éducatifs et un espace artistique de création et de spectacle (200 personnes). L'Airdie est intervenu en 2006 à la création et en 2012 sur la base d'un projet stratégique lié à un déménagement (accessibilité aux personnes handicapées, augmentation des capacités d'accueil, salles de cours et salle de spectacle).

Festival de musique qui organise un festival musical annuel et des activités périphériques (agenda 21, chantier d'insertion). Plusieurs interventions de l'Airdie en 2007, puis en 2011.

Interventions du public

Pourquoi un lieu privé est il taxé comme une entreprise ?

Pas directement concernée par la question, Véronique Cottenceau rappelle néanmoins que c'est bien souvent la nature juridique porteuse qui oriente, par exemple les SCOP ne peuvent pas recevoir de fonds privés ! L'artiste seul ne peut pas recevoir de dons, il lui faut un support juridique de type association loi 1901 pour pouvoir espérer avoir des aides et bénéficier du mécénat.

L'Admical rappelle qu'ils sont un carrefour d'échange autour du mécénat, une mine d'informations pour les porteurs de projet et les entreprises qui veulent se lancer dans le mécénat (www.admical.org).

La Compagnie Carambole précise qu'il y a 3 ans sur les conseils de la DRAC, elle a pu réaliser la création de spectacles avec un partenariat public et les Serres de St André de Sangonis (1.500 euros). Ceci représente un bel exemple de petit mécénat, très important, avec un vrai partenariat. Elle souligne l'importance d'associer le mécène au tout début du projet.

Une remarque est adressée à Véronique Cottenceau concernant le refus de certains gros mécènes de passer par le biais du mécénat traditionnel, lourd, parfois cher notamment au niveau fiscal. On constate quelques fois que les calendriers ne sont pas coordonnés entre le mécénat et les subventions publiques, voire européennes. Le rythme entre les financements publics et le privé est différent. De ce fait, des difficultés de montage existent.

C'est pourquoi un mécénat se prépare au moins un an à l'avance pour évoquer toutes ces phases et étapes. Il faut néanmoins chiffrer son budget et préciser ses besoins Pour augmenter les chances de réussite, le porteur de projet doit associer les entreprises au départ du projet et pas uniquement pour combler les financements, le mécénat est avant tout un acte libre.

Véronique Cottenceau précise que dans les projets à l'initiative de la Drac, il existe le souhait de monter une plateforme, un pôle régional mécénat qui servirait d'accompagnement réunissant notamment les signataires de conventions et l'Admical, pour organiser le territoire, faire avancer la loi et le système avec une charte éthique et une déontologie.

FINES Pourquoi ?
Le Financement des Entreprises Solidaires a été créé en 2000, suite au constat suivant:
Conséquence: Besoin de financement et peu d'acteurs financiers classiques prêt à les soutenir. L'effet des financements accordés sur l'emploi est démultiplié.
um Culturel

Clôture
de la journée

Bernard FABREGUETTES
Vice-président délégué à la Commission Culture et Patrimoine du Pays Cœur d'Hérault

Bernard Fabreguettes conclue la journée en soulevant trois points :

- **Le territoire** : toutes les politiques sectorielles forment une chaine. Le Pays a la spécificité d'être un territoire multipolaire, avec trois communautés de communes qui ont leurs spécificités et leurs compléments.
- **La gouvernance** : les acteurs politiques commencent à travailler ensemble. L'intérêt général bouscule les intérêts personnels. Il faut dépasser les tensions pour construire ensemble un pays rêvé : développer l'intelligence collective, créer des groupements d'intérêts économiques communs en associant les acteurs.
- **Les acteurs culturels, touristiques, économiques** (rôle important des commerçants) sont la richesse du Pays.

Bernard Fabreguettes est très satisfait des échanges de la journée, qu'il a trouvé très riches et argumentés.

Louis VILLARET
Président du Pays Cœur d'Hérault

Le pays rêvé est à construire en matière culturelle. C'est un projet de territoire où tous les aliments sont à associer (culture, tourisme, économie, social).
Le Président du Pays Cœur d'Hérault adresse tous ses remerciements aux propriétaires de la galerie « Ô Marches du Palais » qui a accueilli ce forum, ainsi qu'aux partenaires qui ont contribué à sa réussite : l'Etat, la Région Languedoc-Roussillon, le Conseil général de l'Hérault, la Communauté de Communes Lodévois et Larzac et la ville de Lodève.
Il tient à remercier tout particulièrement les intervenants de qualité qui ont apporte leur expérience, ainsi que toute l'équipe du Pays et notamment Magali Léon-Philip qui a en charge ce forum.

« *Ce forum a pris un essor puisque des gens sont venus de toutes part. Le réseau culturel fait son chemin. Un grand merci à des visionnaires, les Bataclowns* ».

Présentation des intervenants

Anne BAIS

Association ZAM !

Après une formation dans le domaine culturel (Master Politiques patrimoniales et Développement culturel), Anne Bais a travaillé dans plusieurs structures culturelles, mais également en tant que chargée de la vie associative. Cette expérience lui a donné l'occasion d'accompagner des porteurs de projet dans la structuration juridique de leur association, le développement de leur projets, le recherche de financements… Elle participe en 2012 à la création de l'association ZAM ! qui initie sur Lyon le concept de « panier culturel ».

Contact :
panierzam@gmail.com
http://panierzam.wordpress.com

Didier BARDY

La Librairie-Tartinerie de Sarrant

Après une carrière professionnelle orientée dans la formation professionnelle adulte et un poste de chargé de mission en Préfecture et Région sur les problématiques de développement rural et d'innovation sociale, Didier Bardy et son épouse créent en 2000 l'association LIRES et ouvre la Librairie-Tartinerie à Sarrant. Dans ce village gersois de 300 habitants, ils ont comme ambition de créer un lieu de rencontres autour du livre et d'animations hebdomadaires. En 2011, l'association LIRES crée les éditions La Librairie des Territoires® qui publie de nombreux ouvrages sur le développement local.

Didier Bardy est actuellement Président du Conseil de développement du Pays Portes de Gascogne.

Contact :
Tél. : 05 62 65 09 51 / info@lires.org
www.lires.org

Yves BOMMENEL

La Méridionale des Spectacles

Immergé dans la scène musicale depuis plus de 20 ans, Yves Bommenel a travaillé dans des médias indépendants (*L'Eko des garrigues*, *Le Coca'Zine*, *Let's Motiv*…), puis dans l'organisation de spectacles et dans les arts numériques, notamment sur le festival « Le 100% », devenu désormais « Tropisme ». Par ailleurs, il a acquis une expérience dans la création et la direction d'entreprises associatives ou commerciales. Directeur de La Méridionale des Spectacles, Yves Bommenel oeuvre désormais au développement de la SCIC Un Goût d'Illusion (Illusion & Macadam). Au cours de ces dernières années, ses compétences centrées sur la communication et les projets culturels se sont ouvertes aux questions de la formation professionnelle et de l'accompagnement des musiciens. Militant, il est par ailleurs membre du bureau national du Syndicat des Musiques Actuelles (SMA) et du conseil d'administration de l'UFISC.

Contact :
Tél. : 04 67 04 07 04 / directeur@asso-mds.org
http://asso-mds.org/

Véronique COTTENCEAU

DRAC Languedoc-Roussillon

Chargée de communication et du développement du mécénat à la DRAC Languedoc-Roussillon, Véronique Cottenceau a participé à deux ouvrages sur le mécénat culturel : « *Le patrimoine dans tous*

ses états » (Presses Universitaire de Perpignan) et le « *Guide du mécénat culturel territorial, Diversifier les ressources pour l'art et la culture* » (Territorial Editions). Elle est également intervenante sur la loi mécénat pour plusieurs formations universitaires (IEP de Grenoble, Universités Montpellier I et III, ISCOM).

Contact :
Tél. : 04 67 02 35 21 / veronique.cottenceau@culture.gouv.fr
www.languedoc-roussillon.culture.gouv.fr

Aurélien DELSOL

AIRDIE

Après un parcours universitaire en gestion des entreprises, Aurélien Delsol termine sa formation par un Master en Economie Sociale et Solidaire. Accompagnateur de projets au sein de l'Agence Provençale d'Economie Alternative et Solidaire à Marseille, il occupe par la suite un poste de Directeur Adjoint d'un chantier d'insertion par l'activité économique dans le cadre d'une communauté Emmaüs. Il travaille actuellement au sein du Pôle de financement des structures de l'économie sociale et solidaire de l'Airdie, qui accompagne principalement des associations et des coopératives dans le montage de leur plan de financement en mobilisant la palette d'outils financiers de l'Airdie.

Contact :
Tél. : 04 67 15 00 10 / adelsol@airdie.org
http://airdie.org

Laurent LABORIE

Office de Tourisme de Moulins et sa région

Directeur de l'Office de Tourisme de Moulins et sa région depuis 10 ans, Laurent Laborie a débuté sa carrière dans la gestion d'événements à l'occasion des JO d'Albertville. Il a ensuite intégré pendant 8 ans le Comité Départemental de Tourisme de l'Allier comme responsable de la promotion, puis comme directeur adjoint. Une mission de 2 ans sur l'Ile de Ré pour la création d'un EPIC à Saint -Martin lui a permis de travailler sur les problématiques de gestion de flux dans une station balnéaire, mais également sur la valorisation du patrimoine culturel de cette citadelle fortifiée par Vauban. Depuis son retour à Moulins en 2003, Laurent Laborie a travaillé à la valorisation du thème « Bourbon » dans ce berceau de la dynastie, et a vu l'offre du territoire se développer très fortement grâce à l'ouverture de sites culturels structurés - le Centre National du Costume de Scène, la Maison Mantin, le Musée de l'Illustration Jeunesse ou encore les trésors de l'Ordre de la Visitation - que visitent chaque année à Moulins environ 160 000 visiteurs.

Contact :
Tél. : 04 70 44 14 14 / direction@pays-bourbon.com
www.moulins-tourisme.com

Emmanuel NEGRIER

Directeur de recherche CNRS

Chercheur CNRS au Centre d'Études Politiques de l'Europe Latine (CEPEL) de l'Université Montpellier I, Emmanuel Négrier est également directeur de rédaction de la revue de science politique *Pôle Sud*. Il travaille sur les politiques culturelles, la sociologie des publics de la culture, les changements d'échelle territoriale, les comportements politiques. Il a récemment publié plusieurs les ouvrages : *Festivals de musique(s) : un monde en mutation* (Editions Michel de Maule, 2013), *Un territoire de rock* (Editions L'Harmattan, 2012), *Les publics des festivals* (Editions Michel de Maule, 2010), *La nouvelle critique urbaine*, 2010, n° spécial de la revue Pôle Sud, n°32.

Contact :
Tél. : 04 34 43 28 39 / negrier@univ-montp1.fr

Claude SAPEJ

Context'art

Après un parcours qui l'a amené à gérer et à administrer plusieurs structures dans le domaine culturel, Claude Sapej est actuellement Directeur de Context'art, qui forme et accompagne des créateurs d'activités dans le domaine culturel et créatif. À la fin des années 90, il a été très actif au niveau national dans l'expérimentation des couveuses d'entreprises, qui sont aujourd'hui reconnues comme des outils efficaces pour lancer son activité économique tout en bénéficiant d'un cadre d'apprentissage pour son métier de chef d'entreprise. Claude Sapej a également été le créateur en 1999 d'une couveuse (toujours en activité dans l'Hérault) dédiée aux métiers culturels et créatifs. Il est membre du conseil d'administration de l'Union des Couveuses d'Entreprises et anime, à ce titre, un groupe de travail sur l'entrepreunariat dans le domaine culturel.

Contact :

Tél. : 04 67 42 20 20 / csapej@contextart.org

http://www.contextart.org/

Emilie SIESO

Ville de Sommières

Formée aux métiers de la mise en valeur des patrimoines naturels et culturels, à la protection et à la valorisation de ceux-ci en Languedoc-Roussillon, Emilie Sieso a notamment réalisé et animé des balades patrimoine dans l'Hérault et été commissaire de l'exposition « *L'usine de soufre : une histoire industrielle frontignanaise* » au Musée Municipal de Frontignan. Guide conférencière de l'architecture et du patrimoine en Languedoc-Roussillon, elle a exercé à Lodève de 2008 à 2012.

Actuellement animatrice du service patrimoine de la ville de Sommières, Emilie Sieso a participé à la rédaction du livre « *Sommières, histoire urbaine et monumentale d'une place forte en Languedoc Oriental* » (éditions ERANCE, déc. 2013) sous la direction de Sophie APSORD MERCIER, archéologue et historienne de l'art. Membre du fonds de dotation « *Le Printemps des Pierres de Sommières* », elle intervient à ce titre pour témoigner de l'expérience d'une ville dans le mécénat.

Contact :

Tél. : 04 66 51 19 71 / patrimoine@sommieres.fr

www.sommieres.fr

Jean-Michel TOBELEM

Cabinet Option Culture

Membre du conseil international des musées (ICOM) depuis 20 ans et membre du comité éditorial d'une revue internationale de muséologie, Jean-Michel Tobelem a réalisé différentes études pour l'Etat, des institutions culturelles et de nombreuses collectivités territoriales. Responsable de la collection « Gestion de la culture » chez l'Harmattan, il a été consultant pour la programmation d'un colloque international sur la gestion des musées et auprès de la Commission européenne. Il est l'auteur de nombreux ouvrages sur la gestion, le financement et le développement dans le domaine de la culture et du patrimoine. Il intervient dans plusieurs universités, au CNFPT, à l'INET, à l'ESCP, au CELSA et à l'École du Louvre, ainsi que dans les universités de Bergame (Italie) et du Caire (Égypte).

Contact :

Tél. : 01 48 52 64 47 / option.culture@orange.fr

www.option-culture.com

Culture + Economie : De nouvelles relations à inventer ? Repères bibliographiques

(bibliographie réalisée par l'Observatoires des Politiques Culturelles)

Ouvrages et articles

Auby Jean-François, « De l'utilisation des partenariats public-privé en matière culturelle », in *L'Observatoire*, n°35, 2009, p.34-38

Barthelemy Philippe, *Mobiliser le mécénat culturel*, Voiron : Territorial, (Dossiers d'experts), 2012

Benchimol Vidal, Lemoine Stéphanie, *Vers un nouveau mode de ville*, Editions Alternatives, 2013, (Manifestô)

Belit Marc (dir.), *Le mécénat, une opportunité ou un leurre ? Faut-il avoir peur du financement privé de la culture ?*, actes du colloque international, La Scène/Le Parvis, 2005

Camus-Bouziane Marianne, Quilès Jean-Pascal, *Guide du mécénat culturel territorial, Diversifier les ressources pour l'art et la culture*, Territorial/Observatoire des politiques culturelles, 2012

Colin Bruno, Gautier Arthur (dir), *Pour une autre économie de l'art et de la culture*, Erès, 2008

Couchoux Stéphane (dir), *Premiers fonds de dotation créés dans le domaine culturel* (septembre 2010), étude réalisée par Aklea pour la Mission du mécénat, Ministère de la Culture et de la Communication, 2010
http://www.aklea.fr/blog/IMG/pdf/Fonds_de_dotation_Culture_Etude_Aklea_Sept-_2010.pdf

Courlet Claude, Pecqueur Bernard, *L'économie territoriale*, Presses universitaires de Grenoble, 2013, (l'économie en +).

De l'Aire, *Quartier Prairie, un quartier à la périphérie d'une petite ville : projet artistique, action citoyenne, analyse urbaine*, De l'Aire, 2012

De l'Aire, Parc Naturel régional du Vercors, *Sur la place publique (pour un urbanisme culturel)*, De l'Aire 2013

Debiesse François, *Le mécénat*, Paris, PUF (Que sais-je ?), 2007

Draperi Jean-François, *Comprendre l'économie sociale. Fondements et enjeux*, collection Action sociale, Dunod, 2007

Fabiani Christina, Pontier Julien, *Culture et mécénat*, Weka, 2010

Fournier Jacques, *L'économie des besoins, Une nouvelle approche du service public*, Odile Jacob, 2013

Frémeaux Philippe, Chibani-Jacquot Philippe, *La fabrique de l'innovation sociale, Alimentation, santé, logement, aide aux personnes, énergie, environnement, 40 initiatives qui changent la vie / L'innovation sociale au coeur de l'économie du bien-être*, Alternatives économiques, 2013

Greffe Xavier, « L'économie de la culture est-elle particulière ? » in *Revue d'économie politique*, 2010/1, vol.120, p.1-34

Greffe Xavier, *La mobilisation des actifs culturels de la France. De l'attractivité culturelle du territoire à la nation culturellement créative,* Ministère de la Culture et de la Communication. Délégation au développement et à l'action internationale, Département des études, de la prospective et des statistiques, 2006
http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/conferen/donnedieu/RapportGreffe.pdf

Guillon Vincent, Scherer Pauline, *Culture et développement des territoires ruraux : quatre projets en comparaison*, travail de recherche commandité par l'IPAMAC, Janvier 2012
http://www.reseaurural.fr/files/etude-culture-scherer-guillon.pdf

Guitart Cécil, *Tutoyer le savoir, économie solidaire de la société de l'information et de la connaissance*, La Pensée sauvage, 2007

Henry Philippe, *Arts vivants en France : trop de compagnies ?*, L'espace d'un instant, 2007

Henry Philippe, « Quelle production aujourd'hui pour la filière du spectacle vivant ? », décembre 2009. Consultable sur le site :
http://www.cultureocentre.fr/downloads/download/280110_P.Henry_FiliereSV_09-12.pdf

Innef, *Les nouvelles formes d'emploi dans le secteur culturel : rapport de l'Innef* , 2009
http://www.rhone-alpesolidaires.org/files/Rapport_INNEF_2008_Nouvelles_Formes_Emploi.pdf

Itcaina Xabier, *La politique du lien. Les nouvelles dynamiques territoriales de l'économie sociale et solidaire*, Rennes, Presses universitaires de Rennes (Espace et territoires), 2010

Kahn Frédéric, Dulieu Quentin, *Une économie artistique plurielle*, synthèse de l'Atelier de réflexions organisé par ARTfactories/Autre(s)pARTs en juin 2010. Consultable sur le site :
http://www.artfactories.net/IMG/pdf/Atelier_de_reflexions_7_-Synthese_longue_-_une_economie_artistique_plurielle.pdf

La Gazette des communes, *Dossier d'actu : Economie sociale et solidaire et collectivités territoriales : un couple à fort potentiel*, Novembre 2013
http://www.lagazettedescommunes.com/dossiers/economie-sociale-et-solidaire-etcollectivites-territoriales-un-couple-a-fort-potentiel/

La 27ème région, *Design des politiques publiques*, La 27e région, labo de transformation publique, La Documentation française, 2010

Laville Jean-Louis, *L'économie solidaire, une perspective internationale*, Hachette littérature, 2007

Laville Jean-Louis, Cattani Antonio David (dir), *Dictionnaire de l'autre économie*, Desclée de Brouwer, 2005

L'Herminier Sandrine, *L'espoir philanthropique*, Editions lignes de repères, 2012

Loquet Patrick, *L'économie sociale et solidaire au service d'un projet de territoire*, Voiron, La lettre du cadre territorial, 2004

Lucas Jean-Michel, « Pour la reconnaissance de l'économie créative solidaire », in *L'Observatoire*, n° 35, 2009, p.42-48

Morel Philippe, *Parrainage, mécénat et fondations d'entreprise*, Paris, Vuibert, 2007

Nielsen Karen, *Le Mécénat mode d'emploi*, Paris, Economica, 2007

Novel Anne-Sophie, Riot Stéphane, *Vive la co-révolution ! , Pour une société collaborative*, Editions Alternatives, 2013, (Manifestô)

Novel Anne-Sophie, *La vie share, mode d'emploi, Consommation, partage et modes de vie collaboratifs*, Editions Alternatives, 2013, (Manifestô)

Opale, *Mécénat et fondations, quelles options pour les associations culturelles* ? 2012. Mise à jour juin 2013
http://www.culture-proximite.org/article.php3?id_article=36

Pignot Lisa, Saez Jean-Pierre (dir.), « Les rapports public/privé dans la culture », dossier in *L'Observatoire*, n°35, juillet 2009

Pignot Lisa, Quilès Jean-Pascal, *Culture et Territoires*, *Vers de nouvelles coopérations des acteurs artistiques et culturels ?* Librairie des territoires, Observatoire des politiques culturelles, 2013

Planson Cyrille, « Mutualiser l'administration au sein d'un groupement d'employeurs », in *La Scène* n°49, p.110-112

Poirot Jean-Christophe, « Culture, un levier face à la crise » in La lettre du cadre territorial du 15 Mars 2012
http://www.territorial.fr/PAR_TPL_IDENTIFIANT/19031/TPL_CODE/TPL_REV_ARTSEC_FICHE/PAG_TITLE/Culture+%3A+un+levier+face+%E0+la+crise/47-lettre-ducadre.htm

Roux Marie-Aude, « Le mécénat d'entreprise déserte la culture », *Le Monde*, vendredi 25 mars 2011, p.24

Saez Guy, Saez Jean-Pierre, *Les nouveaux enjeux des politiques culturelles, Dynamiques européennes*, La Découverte, 2012

Sagot-Duvauroux Dominique, « Mutations des filières culturelles, recomposition des modèles économiques et rémunération de la création artistique », in Francine Labadie, François Rouet

(coord.), *Travail artistique et économie de la création*, Ministère de la Culture et de la Communication, La Documentation française, 2008, p. 39-54

Seghers Virginie, *La nouvelle philanthropie (ré)invente-t-elle un capitalisme solidaire ?*, Paris, Autrement, 2009.

Simon Nicolas, Eshet Marianne, *Le mécénat, valeur actuelle. Quand la société peut compter sur l'entreprise*, Paris, Gallimard, 2009

UFISC, *Manifeste de l'UFISC pour une autre économie de l'art et de la culture*, mars 2007.
Consultable sur le site : http://www.ufisc.org/l-ufisc/manifeste.html

***

Ressources sur Internet

Les DLA (Dispositifs Locaux d'Accompagnement)
Ils accompagnent le développement économique et la professionnalisation des associations (sociales, sportives, culturelles). Plus d'informations ici :
http://www.emploi.gouv.fr/dispositif/dispositif-local-d%E2%80%99accompagnementdla

Le Site de l'association Opale
Il a pour but d'accompagner la consolidation et le développement des structures artistiques et culturelles, principalement associatives et employeurs : conception et diffusion d'outils d'appui, valorisation des pratiques d'économie solidaire, observation et enquêtes, aide à la structuration de réseaux professionnels, contribution à la mise en œuvre de politiques publiques (Les DLA, mission CNAR Culture).
http://www.culture-proximite.org/

Le Site du Synavi, Syndicat National des Arts Vivants
Le Synavi est une représentation professionnelle des structures et compagnies indépendantes du spectacle vivant auprès des pouvoirs publics et instances sociales et économiques du secteur. Son site est riche de ressources dont certaines sont accessibles sans accès réservé.
http://www.synavi.org/rubrique.php3?id_rubrique=60

Le site de la 27ème région
Première initiative de ce type en France, la 27e Région explore de **nouvelles façons d'améliorer la conception et la mise en œuvre des politiques publiques**. En partenariat avec les Régions, elle met en œuvre des programmes de recherche-action, pour lesquels elle mobilise des méthodes issues des sciences humaines, du design de services et de l'innovation sociale. Initiée par l'Association des Régions de France, elle opère d'ores et déjà sur le terrain dans la moitié des régions.
A terme, l'objectif de la 27e Région est d'aider chaque Région a créer sa propre fonction de recherche-action.
La 27e Région fait partie d'un réseau d'initiatives similaires en Europe et dans le monde, comme le Mindlab (DK), le SILK (GB), le Public Policy Lab (USA), le Design Lab (FIN).
Son nouveau programme, la Transfo, a reçu en 2011 les Victoires des Acteurs Publics à l'Assemblée nationale, et le Design Europe Management Award à Tallinn (Estonie).
http://blog.la27eregion.fr/-A-propos-

Le site de l'association De l'Aire

De l'aire est une structure hybride entre création artistique, développement territorial, design et médiation. Elle met en œuvre des démarches partagées pour élaborer des solutions sur des enjeux de territoire, d'aménagement urbain et sur le développement de la vie publique. En plaçant l'enjeu culturel au centre des politiques publiques, elle relie tous les champs d'intervention de la politique territoriale, et génère ainsi de nouvelles formes d'appropriation et de coopération entre acteurs du territoire, élus et populations.C'est une vision de l'acte culturel, rassembleur, expérimental, inventif qui contribue de façon effective à construire la vie des territoires avec les populations dans toute leur diversité, à imaginer des alternatives et des nouvelles formes de vie commune.
http://www.delaire.eu/presentation/missions

Le site de l'Observatoire des politiques culturelles

L'Observatoire des politiques culturelles est un organisme national qui a pour mission d'accompagner les collectivités territoriales - élus, responsables de services et d'équipements—, les acteurs artistiques et culturels dans la réflexion et la mise en œuvre des politiques culturelles territoriales. Son activité est fondée sur les nombreuses études territoriales qu'il réalise ainsi que sur ses actions de conseil, d'expertise, d'information et de formation.
L'observatoire dispose d'un centre de documentation ouvert au public.
Pour en savoir plus , télécharger la plaquette de présentation http://www.observatoire-culture.net/documents/files/plaquette_a_telecharger.pdf et consulter le site de l'OPC www.observatoire-culture.net/

Le site de l'UFISC

L'UFISC représente plus de 2000 structures développant des projets artistiques et culturels qui conjuguent une pluralité d'activités : création et diffusion de spectacles ou d'événements, action culturelle sur un territoire en relation directe avec les populations, création par l'artistique d'un espace public et citoyen, transmission d'un savoir-faire et soutien au développement de la pratique amateur.
http://www.ufisc.org/l-ufisc.html

La « Journée Culture et économie solidaire » du 25 Janvier 2007 organisée par la Chaire Relations de service du Cnam, l'Ufisc et l'association Opale/Cnar Culture

Le 25 janvier 2007, Opale et l'Ufisc ont organisé en partenariat avec le Lise (Cnam/CNRS) une journée de rencontre sur l'économie solidaire, où des responsables d'associations culturelles ont pu échanger avec des chercheurs comme le sociologue Jean-Louis Laville et le philosophe Patrick Viveret. Le compte rendu est téléchargeable sur :
www.culture-proximite.org/IMG/pdf/25janvier-2.pdf
Les interventions de cette journée sont également consultables sur Internet, en vidéo à l'adresse suivante : **http://www.dailymotion.com/Association-Opale**

Le site d'Admical (association pour le développement du mécénat industriel et commercial)

Admical est à la fois une plate-forme d'observation du mécénat d'entreprise unique en France, un interlocuteur privilégié des entreprises, des porteurs de projets et des pouvoirs publics, et, enfin, un carrefour de réflexion et de rencontre entre les différents acteurs du mécénat.
Son site propose de nombreuses informations comme des études, des fiches pratiques, des bibliographies, des liens, etc. C'est le site référence en la matière.
L'Admical publie aussi chaque année Le Répertoire du mécénat d'entreprise qui présente les tendances du mécénat et en France et à l'international, les entreprises mécènes (coordonnées complètes, politique de mécénat...) et les actions des entreprises classées par domaine d'intervention (solidarité, culture, environnement, sport, recherche).
www.admical.org/

Le site de la mission mécénat du Ministère de la Culture et de la communication
Créée en 2003, la mission du mécénat est, depuis janvier 2010, un service de la direction générale des médias et des industries culturelles, sous-direction du développement de l'économie culturelle du Ministère de la Culture et de la Communication. Son rôle est de coordonner et de professionnaliser l'action du ministère et des acteurs culturels en matière de mécénat, d'évaluer les services du ministère et des établissements dans ces activités, de diffuser les nouvelles dispositions législatives et réglementaires auprès de ses partenaires, de proposer des évolutions de la loi dans le cadre de l'harmonisation européenne des législations, de développer et d'animer le « cercle des mécènes et donateurs » du ministère, de susciter et d'aider à la création de fondations. Le site de la mission est une bonne ressource où l'on retrouvera en outre les principaux textes de lois ainsi que de la documentation en ligne (livres, guides, enquêtes, rapports, actes de colloque...)
www.mecenat.culture.gouv.fr

Le site de l'Institut de France
L'Institut de France, parlement du monde savant, a pour missions : de perfectionner les arts et les sciences selon le principe de pluridisciplinarité ; de gérer le millier de dons, de legs et de fondations dont il est dépositaire, se donnant ainsi les moyens d'exercer la première de ses missions.
www.institut-de-france.fr

Le site de la Fondation de France
La Fondation de France collecte et redistribue des fonds dans les domaines de la santé, de la culture, de la solidarité, de l'enfance, de la recherche médicale et de l'environnement.
www.fondationdefrance.org

Liste des participants au Forum culturel
(répertoriés par ordre alphabétique)

NOM	PRENOM	STRUCTURE	ADRESSE MAIL
ABDELLAOUI	Khaoula	Etudiante Masters 2 Management du Tourisme	claudebp@aol.com
ACETI	Paola	Association Viramonde	viramonde@gmail.com
ADEN	Corinne	Cie Espace Nomade	espacenomade@free.fr
ALLIOUAT	Akli	Association Kaina	contact@kaina-tv.org
ALLUTO	Marco	Etudiant Masters 2 Management du Tourisme	claudebp@aol.com
AUDURIER CROS	Alix	Association des Amis des Orgues	artopos@gmail.com
BAIS	Anne	Association ZAM	panierzam@gmail.com
BALDACCHINO GODEFROY	Corinne		atelierkorin@aol.com
BARDY	Didier	Librairie-Tartinerie de Sarrant	info@lires.org
BARRAL	Jean Luc	Initiative Centre Hérault	barral.avocat@me.com
BAUMERT	Caroline	Le Poing de Singe	contact@poingdesinge.com
BENLEFKI	Nadia	Association Kaina	nadia.kaina34@gmail.com
BERGES	Fabien	Théâtre de Clermont l'Hérault	dir.theatredeclermont@wanadoo.fr
BIDAULT	Frédéric	OYAS Environnement	frederic.bidault@club-internet.fr
BLAHO-PONCE	Claude	Masters 2 Management du Tourisme	claudebp@aol.com
BLASCO	Mickaelle	APSH34 ITEP de Campestre	accueil-itep-tch@apsh34.org
BOISSON	Jérôme	Communauté de communes du Pays de Lunel	jeromeboisson@msn.com
BOMMENEL	Yves	La Méridionale des spectacles	directeur@asso-mds.org
BOUCHEZ	Magali	Communauté de communes du Clermontais	m.bouchez@cc-clermontais.fr
BOUQUET	Gabrielle	Syndicat mixte du Salagou	gabrielle.bouquet@lesalagou.fr
BOUSQUET	Marie-Christine	Communauté de communes Lodévois & Larzac	cabinet.maire@lodeve.com
BUNOZ	Céline	Pays Haut Languedoc et Vignobles	celine.bunoz@phlv.com
BUSTIN	Véronique	Association Têt'enl'air danse-voltige	assotetenlair@yahoo.fr
CABEAU	Sébastien	Parsemila	scabeau@yahoo.fr

NOM	PRENOM	STRUCTURE	ADRESSE MAIL
CACCIA	Jérôme	Etudiant Masters 2 Management du Tourisme	claudebp@aol.com
CAMPREDON	Jean-Pierre	Association Cantercel	cantercel@gmail.com
CARCELLER	Claude	Elu Communauté de communes de la Vallée de l'Hérault	contact@montpeyroux34.fr
CARLE	Suzanne	Association VCAP	suzannecarle@aol.com
CARTAYRADE	Henri	Conseil de Développement	henri.cartayrade@laposte.net
CASANOVAS	Nathalie	Conseil général de l'Hérault	ncasanovas@cg34.fr
CEREZO	Dorine	Prieuré Saint-Michel de Grandmont	grandmont2@wanadoo.fr
CHARLEUX	Philippe	2 Mains Des Mots	charleuxph@aliceadsl.fr
CHESNEL	Gaël	Communauté de Communes Vallée de l'Hérault	gael.chesnel@cc-vallee-herault.fr
CHEVILLON	Corinne	Fédération des Foyers Ruraux	corinne.chevillon@mouvement-rural.fr
COHEN	Florence	Juripôle, cabinet d'avocats, représentante ADMICAL	f.cohen-boulakia@juripole-avocats.fr
COLLERAIS	Josianne	Région languedoc-Roussillon	cabello.emilie@cr-languedocroussillon.fr
COMBE	Michel	Association La Sauce	mico34@sfr.fr
CONIL-LACOSTE	Vassilia	La Compagnie des jeux	vassilia@compagniedesjeux.org
COPIJA	Margot	Etudiante Masters 2 Management du Tourisme	claudebp@aol.com
COTTENCEAU	Véronique	DRAC Languedoc-Roussillon	veronique.cottenceau@culture.gouv.fr
DECOUST	Marion	Collectif Lotois du Spectacle (46)	marioncollos@gmail.com
DEGHOY	Anaïs	Etudiante Masters 2 Management du Tourisme	claudebp@aol.com
DELFORGE	Clotilde	Syndicat mixte du Salagou	clotilde.delforge@lesalagou.fr
DEMOULIN	Sandrine	DRAC Languedoc-Roussillon	sandrine.demoulin@culture.gouv.fr
DESMEURES	François	Syndicat Mixte des Gorges du Gardon	f.desmeures@gorgesdugardon.fr
DEVIC	Henri	Chambre des experts comptables Cœur d'Hérault	henri.devic@laposte.net
DEVIS	Elsa	Association La maman des poissons	elsa.devis@gmail.com
DUMAS	Lucien	RCF Maguelone Hérault-Enseignement catholique de l'Hérault	luciendumas@orange.fr
DUVAL	François	DRAC Languedoc-Roussillon	françois.duval@culture.gouv.fr
EDMOND MARIETTE	Dominique	Mairie de Gignac	dominique.e-m@wanadoo.fr
ESPOSITO	Christian	Musicien indépendant	christian2vero@yahoo.fr
FABREGUETTES	Bernard	SYDEL / Communauté de communes du Clermontais	b.fabreguettes@wanadoo.fr
FAIVRE	Irène		irenefaivrem@orange.fr
FANG	Ya	Etudiant Masters 2 Management du Tourisme	claudebp@aol.com
FAURE	Amélie	Les Nuits de Gignac	amelie@nuitscouleurs.fr
FELTRIN	Sophie	Etudiante Masters 2 Management du Tourisme	claudebp@aol.com
FERRINI	Gaëlle	Etudiante Masters 2 Management du Tourisme	claudebp@aol.com

NOM	PRENOM	STRUCTURE	ADRESSE MAIL
FEU	Frédéric	Musée Vivant du Roman d'Aventures	contact@museeaventures.com
FONTAINE	Christine	Quai de la Voix	contact@quaidelavoix.com
FRANCESCHI	Luca	La Compagnia dell'improvviso	luca@improvviso.org
FRANCOIS	Frédéric	Agence Culturelle Cœur d'Hérault du Conseil Général	francoisfrederic4393@neuf.fr
FRISICALE	Orasio	Marnie Production	oraziofrisicale@gmail.com
GALDIN	Cathy	Communauté de Communes Vallée de l'Hérault	caty.galdin@cc-vallee-herault.fr
GASSON	Daniel	Centre Social et Culturel Cordes-Vaour	mariefe@cordesvaourcs.org
GAY	Virginie	Agence Culturelle Cœur d'Hérault du Conseil Général	vgay@cg34.fr
GENTON	Marie Laure	Tiers Lieu - SCIC IFAD APP des Piémonts	app.lodeve@wanadoo.fr
GERBAL	Renée	Conseil de Développement	lrger@orange.fr
GOBY	Christine	Festival de Thau	info@festivaldethau.com
GRANAL	Sébastien	Mairie de St-Guilhem-le-Désert - Service culture	serviceculturel-st-guilhem@orange.fr
GRANIER	Céline	Maison de l'emploi	c.granier@emploi-cœur-herault.fr
GU	Meixiu	Etudiant Masters 2 Management du Tourisme	claudebp@aol.com
GUILLOT	Matthieu	Communauté de communes Lodévois & Larzac	mguillot@lodevoisetlarzac.fr
GUYOT	Emmanuel	Parsemila	contact@parsemila.org
HILLEBRAND	Anne	Festival du Roc Castel	roc.castel@gmail.com
HUGUET	Louise	Etudiante Masters 2 Management du Tourisme	claudebp@aol.com
IVORRA	Marie Hélène	Agence Culturelle cœur d'Hérault du Conseil Général	mhivorra@cg34.fr
JACQUESSON	Marie Fernande	Centre Social et Culturel Cordes-Vaour	mariefe@cordesvaourcs.org
JAUDON	Laure		laurejaudon@gmail.com
JAULMES	Samuel	Communauté de Communes Vallée de l'Hérault	samuel.jaulmes@cc-vallee-herault.fr
JONES	Samantha	Argileum	samantha.jones@saintguilhem-valleeherault.fr
JOUBERT	Anaïs	Etudiante Masters 2 Management du Tourisme	claudebp@aol.com
JUAN	Véronique	Naovia	veronique.juan@naovia.com
JULLIEN	Brice	Orc Video Film	orcvideofilm@free.fr
JUTTIN	Hélène	Collectif Octopus	collectifoctopus@gmail.com
KAMRAOUI	Youcef	Etudiant Masters 2 Management du Tourisme	claudebp@aol.com
LABADY	Gérard	Le Sonambule	dir@lesonambule.fr
LABORIE	Laurent	Office de tourisme de Moulins	direction@pays-bourbon.com
LACROIX	Jean Louis	CAPECH	jloulac@hotmail.fr

NOM	PRENOM	STRUCTURE	ADRESSE MAIL
LALANDE	Aurore	Dites-le avec une vidéo	aurore.lalande@gmx.fr
LAURIN	Emeline	Etudiante Masters 2 Management du Tourisme	claudebp@aol.com
LAURO	Florence	Etudiante Masters 2 Management du Tourisme	claudebp@aol.com
LE BRAS	Marie	Agence Culturelle Cœur d'Hérault du Conseil Général	mlebras@cg34.fr
LEHMANN	Olivier	Association Travelling / Cie La cour Singulière	cielacoursinguliere@gmail.com
LEJEUNE	Caroline	Auto-entrepreneur	info@yaloublou.fr
LI	Mei	Etudiante Masters 2 Management du Tourisme	claudebp@aol.com
LIAO	Bin	Etudiant Masters 2 Management du Tourisme	claudebp@aol.com
LIBBRA	Agnès	Compagnie nocturne	agneslibbra@c-nocturne.fr
LIGONNIERE	Josiane	Conseil de Développement	josiane.noel@wanadoo.fr
LIU	Man		liuman0411@hotmail.com
LOMBARDET	Annick	Cantercel	sens-espace@cantercel.org
LOYAT	Franck	Communauté de communes du Lodévois et Larzac	floyat@lodevoisetlarzac.fr
MACHO	Gaël	Compagnie ARTAEM (46)	artaem@wanadoo.fr
MADANI	Hadj	Elu Communauté de communes Lodévois et Larzac	hadjmadani@orange.fr
MADOURI	Jamal	SCRIBE	madouri@scribe.coop
MAKHLOUFI	Cécilia	Artiste	ecritcecilia@yahoo.fr
MARTIN	Amélie	Etudiante Masters 2 Management du Tourisme	claudebp@aol.com
MARTIN	Christophe	Compagnie du Léon	contact@compagnieduleon.fr
MARTIN	Philippe	Assocation Matorral	matorral.france@yahoo.fr
MARTINEZ	Angie	Etudiante Masters 2 Management du Tourisme	claudebp@aol.com
MAURY	Marielle	Atelier En compagnie des perdrix	mariel-le.maury@encompagniedesperdrix.fr
MENAGE	Baptiste	Marnie Production	marnieproduction@gmail.com
MERIC	Nicolas	Nicolas Méric Architecte	nicolas.meric@free.fr
MERVEILLE	Véronique	Cie Carambole	contact@ciecarambole.fr
MILLET	Geneviève	La Compagnie des jeux	contact@compagniedesjeux.org
MONOD DANION	Laure	Communauté de communes du Lodévois et Larzac	horizons-interieurs@lodevoisetlarzac.fr
MONTELS	Pauline	Les Nuits de Gignac	montels.pauline@gmail.com
MONTET	Christophe	Association Ad Populum	stofm@orange.fr
MUNCK	Daniel	Syndicat Mixte des Gorges du Gardon	d.munck@gorgesdugardon.fr
NAVARRO	Martine	Arts 23	martine.arts23@gmail.com

NOM	PRENOM	STRUCTURE	ADRESSE MAIL
NEGRIER	Emmanuel	CNRS	negrier@univ-montp1.fr
NELSON	Murray	Conseil de Développement	crebassa.nelson@orange.fr
NEMORIN	Nella	Association Ammassoc	amassoc34@gmail.com
PADRA	Sylvain	Culture Echo	sylvain.padra@culturecho.com
PAMBOUR	Sylvain	Territoires et projets	sylvain.pambour@territoiresetprojets.fr
PANATIE	Muriel	Cie Alfred de la Neuche	delaneuchediffusion@gmail.com
PARINELLO	Cédric	Association Ad Populum	cedfredp@gmail.com
PARINELLO	Frédéric	Association Ad Populum	asso.adpopulum@gmail.com
PIEGAY	Lydie	Cie Deng Dildi Bee	adengdildibee@yahoo.fr
PINEAU	Gwladys	Etudiante Masters 2 Management du Tourisme	claudebp@aol.com
PIPAUD	Patricia		patricia.pipaud@gmail.com
POITEVIN	Marie	Galerie le Neuf	mariepoitevin@free.fr
POURCEL	Elisabeth	Communauté de Communes Vallée de l'Hérault	elisabeth.pourcel@cc-vallee-herault.fr
PREVOT	Nathalie	Communauté de Communes Vallée de l'Hérault	nathalie.prevot@cc-vallee-herault.fr
RANJATO	Mahery Ntsoa	Etudiante Masters 2 Management du Tourisme	claudebp@aol.com
RICHARD RALITE	Jean-Claude	Art et traditions rurales	34jcr@orange.fr
RIVES	Arlette		rives.arlette@gmail.com
ROBERT	Laure		chezlaure@gma.fr
ROSSET	Hélène	Association Travelling / Cie La cour Singulière	cielacoursinguliere@gmail.com
ROSTY-SOLIGNAC	Anne	Communauté de Communes du Pays de Lunel - Site et musée d'Ambrussum	a.rosty.solignac@paysdelunel.fr
ROUCAYROL	Alicia	Etudiante Masters 2 Management du Tourisme	claudebp@aol.com
SABOT	Luc	Compagnie nocturne	nocturne@c-nocturne.fr
SAEZ	Gérard	Sculpteur	saezsculpture@gmail.com
SAINT-PIERRE	Brigitte	Association VCAP	vecap.clermont@orange.fr
SAPEJ	Claude	Context'Art	csapej@contextart.org
SAVARY	Nathalie	Culture Echo	nathalie.savary@culturecho.com
SERRE	Laurent	Collectif Lila / Festival Avril des Clowns	comtheatrelila@gmail.com
SIESO	Emilie	Ville de Sommières	patrimoine@sommieres.fr
SIORAT	Mathieu	Le Sonambule	dir@lesonambule.fr
SOULAIRAC	Claudine	Association VCAP	claudinesoulairac@wanadoo.fr
SOUSA PINTO	Hélèna	Etudiante Masters 2 Management du Tourisme	claudebp@aol.com
STEICHEN	Tatiana	Masters 2 Management du Tourisme	claudebp@aol.com

NOM	PRENOM	STRUCTURE	ADRESSE MAIL
TCHOUMOU	Jean-Thierry	Laoviland Experience	contact@laoviland.com
TERRISSE	Marie-Pierre	Rififi Danse Théâtre	mp.terrisse@wanadoo.fr
TEXIER	Karine	Mairie Aniane	karine.texier@gmail.com
TISSOT	Christine	Mairie Aniane	accueil.aniane@gmail.com
TOBELEM	Jean-Michel	Option Culture	option.culture@orange.fr
TOULOUSE	Karine	Etudiante Masters 2 Management du Tourisme	claudebp@aol.com
TOURNIER	Geneviève		lucie@mailoo.org
TRICOT	Emmanuel	AIRDIE	etricot@airdie.org
VALENTINI	Gérald	Elu Communauté de communes du Clermontais	gerald.valentini@orange.fr
VALERO	Gérard	Fédération des Foyers Ruraux	mouvement-rural-herault@orange.fr
VANBOCKSTAEL	Bruno	Métaphore	brunodestael@free.fr
VENTURA	Carole	Arthur Théâtre	artistique@arthurtheatre.org
VERGNES	Christine	Région Languedoc-Roussillon	vergnes.christine@cr-languedocroussillon.fr
VIGUIER	Isabel		isabelviguier@hotmail.com
WANG	Anne	Association Les Champs du Possible	asso.les.champs.du.possible@gmail.com
WEI	Qi	Etudiante Masters 2 Management du Tourisme	claudebp@aol.com
ZANOTTI	Angélique	La Compagnie Dell'improvviso	c.improvviso.adm@gmail.com

Pays Cœur d'Hérault
Mission Développement culturel

18 avenue Raymond Lacombe
34 800 Clermont l'Hérault
Tél.: 04 67 44 39 74
Fax : 04 67 44 38 97
E-mail : culture@coeur-herault.fr