

Vème Congrès international de l'Académie de l'Entrepreneuriat  
Innovation et évolution des pratiques entrepreneuriales  
4 et 5 octobre 2007, Sherbrooke, Hôtel Delta

## Carrière artistique et entrepreneuriat: la créativité comme voie de recherche

Eduardo Davel  
Télé-université, UQAM  
100, Sherbrooke Ouest  
Montréal (Québec) H2X 3P2 Canada  
Téléphone (514) 843-2015 #2879  
davel.eduardo@teluq.uqam.ca

Floriane Lefevre  
Lefevre.floriane@teluq.uqam.ca

Diane-Gabrielle Tremblay  
Télé-université, UQAM  
Tremblay.diane-gabrielle@teluq.uqam.ca

## RÉSUMÉ

Cette recherche vise à explorer le concept de carrière créative afin de l'associer au concept d'entrepreneuriat. Ainsi, l'article se penche sur le cas précis de la carrière dans le secteur culturel et artistique, qui exige un effort supplémentaire de créativité et d'entrepreneuriat tout au long du déroulement de la carrière. Le résultat premier de la recherche est d'attirer l'attention sur un champ encore peu exploré, à savoir celui de l'entrepreneuriat dans le contexte toujours fragile, inattendu et imprévisible de la carrière artistique. Par la rareté constante du financement et par une concurrence parfois vive, le parcours professionnel des artistes peut être analysé à travers le prisme de l'entrepreneuriat. Ainsi, ceux qui réussissent doivent se confronter à des difficultés évidentes, les surmonter et innover non seulement de façon ponctuelle, mais continuellement. Cette recherche, à caractère conceptuel pour le moment, suggère ainsi une voie féconde pour de futures études empiriques.

## 1. INTRODUCTION

Il n'est pas difficile de percevoir l'artiste comme un entrepreneur. Pourtant, peu de chercheurs se sont penchés sur le sujet pour l'étudier de manière empirique ou conceptuelle. L'objectif premier de cette étude est de rassembler des concepts et des arguments clés afin d'analyser la carrière artistique comme une carrière entrepreneuriale. Toutefois, avant de parler de carrière artistique, il convient de parler de carrière créative, la créativité étant le fil conducteur qui traverse les trois concepts, soit : l'entrepreneuriat, la carrière et la création.

Précisons que même si cette recherche s'appuie sur l'idée de créativité nous ne traiterons pas la multitude des définitions, des théories ni des approches soutenant le concept de créativité, dans les domaines de la psychologie, de la sociologie ou de la philosophie. Les mêmes limites s'appliqueront au concept d'entrepreneuriat, car les définitions, les théories et les approches qui le définissent sont aussi très variées (Fletcher, 2003). Nous pouvons, par contre, proposer que la créativité, comme le précise Bindeman (1998), dépasse la simple résolution de problème (Poincaré), la réflexion sur soi-même et la capacité de construction rhétorique (Boden, 1990). Elle renvoie à une certaine modification dans notre mode d'action et nos connaissances (Koestler, 1964), tout en sollicitant la gestion des activités de révision, de transformation et de reconstruction symbolique (Gardner, 1993).

Cet article est composé de trois parties, en plus de cette introduction et des conclusions. Dans la première partie, nous aborderons l'idée de carrière créative et sa signification pour l'étude des questions liées à l'entrepreneuriat. Dans la seconde partie, nous nous pencherons sur le cas précis des carrières créatives des artistes, car la dimension créative y représente un enjeu majeur et peut être alors plus facilement étudiée. Dans cette partie, nous mettrons de l'avant les quatre concepts clés de la carrière artistique afin de mieux saisir la dimension entrepreneuriale de la carrière. Ces notions sont : la construction de l'authenticité, l'établissement de la réputation, l'entretien des relations significatives (réseaux de contacts) et la gestion des paradoxes. Dans la troisième partie, nous mettrons en parallèle les dimensions créatives de la carrière artistique et les dimensions de l'entrepreneuriat, en soulignant leur proximité et les éléments qui les rapprochent. Finalement,

dans les conclusions, nous évoquerons les avantages d'entreprendre des recherches empiriques pour mieux saisir la dimension entrepreneuriale de la carrière artistique ainsi que la caractéristique créative de l'activité entrepreneuriale, ce que nous nous proposons de faire dans le deuxième temps de cette recherche.

## **2. L'IDÉE DE CARRIÈRES CRÉATIVES**

Selon Anand, Peiperl et Arthur (2002) l'idée de carrière créative résulte du fait que la notion de carrière et celle de créativité sont des notions jumelles. Si la carrière est souvent pensée comme une séquence d'expériences de travail à travers le temps, la créativité ferait partie des ces séquences. La créativité viendrait alors contribuer à transformer le cadre institutionnel dans lequel le parcours professionnel d'une carrière s'inscrit. Autrement dit, les auteurs soulèvent le besoin de penser les carrières comme une dynamique selon laquelle les individus s'inscrivent dans un cadre institutionnel qu'ils peuvent aussi modifier au fur et à mesure qu'ils inventent de nouvelles façons de faire.

C'est la théorie de Gardner (1993) qui exprime le mieux le lien entre carrière et créativité. Pour lui, la créativité émerge de la relation entre les comportements des personnes, le domaine professionnel dans lequel ces comportements prennent place et les cadres sociaux à travers lesquels les personnes et le travail sont évalués. La créativité durant la carrière, d'après la théorie de Gardner (1993), découlerait de la capacité de résoudre des problèmes, de créer des produits ou de définir des nouvelles problématiques dans un secteur d'activité. Ces problématiques sont considérées comme nouvelles, mais elles deviennent par la suite acceptées dans un contexte culturel précis. La créativité serait, en somme, la résultante des défis successifs relevés par l'employé au cours de sa carrière, lorsque les actions qu'il pose ou les réflexions qu'il enclenche transforment à leur tour le domaine dans lequel il travaille. La créativité aurait dès lors de multiples occasions de se manifester, et ce, dans toutes les sphères d'activités qui constituent le monde du travail dans sa plus large acception.

Définie de cette façon, l'idée de carrière créative demeure très large et s'applique à toute carrière professionnelle. La définition de Peiperl, Arthur et Anand (2002) nous permet de considérer des recherches et des approches diverses et ainsi de réfléchir à ce qu'implique la dimension créative

des carrières, concept fluide s'il en est. Notre objectif étant d'approfondir la dimension créative de la carrière, nous allons nous concentrer sur le cas particulier de la carrière des artistes. En effet, la créativité est ici l'enjeu premier et permanent de la progression professionnelle. Autrement dit, à chaque fois qu'une œuvre artistique est présentée, l'auteur est jugé sur sa capacité créative sous divers angles.

### **3. LE CAS DE LA CARRIÈRE CRÉATIVE DES ARTISTES : QUELQUES ÉPREUVES ET CONCEPTS CLÉS**

Si nous comparons la carrière des artistes avec la notion que nous avons avancée de carrière créative, nous observons que les artistes doivent être doublement créatifs. Ils doivent faire preuve de créativité de façon permanente et ils sont jugés à partir des efforts créatifs qui imprègnent l'œuvre qu'ils produisent. Si d'un côté, la créativité devient un enjeu majeur dans le développement de la carrière, d'un autre côté, la créativité devient une dimension fondamentale qui peut être repérée et étudiée en détail. De plus, quand on parle du secteur artistique, on suggère des activités telles que le divertissement, l'architecture, l'artisanat, le design, la mode, les films, la musique, les arts visuels, les arts de la scène, le monde de l'édition et les jeux vidéos.

Bellavance, Bernier et Laplante (2005) ont mené une enquête sur la carrière des artistes en arts visuels au Québec et observent que « ces professionnels mettent en œuvre un éventail complexe d'occupations principales et secondaires tout au cours de leur vie »; qu'ils adoptent, pour assurer leur survie, financière du moins « une stratégie de diversification du risque ». Bref, les artistes occupent, en plus de leurs activités créatrices, de multiples emplois secondaires, se livrent à de multiples tâches, ce qui souligne bien le caractère à la fois polyvalent et flexible, mais aussi précaire de leur parcours professionnel. De surcroît, les artistes en arts visuels exposent un élément intéressant pour notre recherche: comme ils ont plutôt affaire à des clients, ils ressemblent davantage à un petit entrepreneur, car ce qu'ils vendent n'est pas un service mais plutôt un bien (Bellavance *et al.*, 2005).

Les études sur les carrières artistiques révèlent des étapes qui constituent des épreuves professionnelles. Par exemple, Martin (2006) explique que, d'après ses observations empiriques sur l'insertion professionnelles des artistes en art visuel contemporain, en France, la production d'œuvres d'art et la reconnaissance progressive du statut d'artiste de leurs auteurs se fait dans un

parcours qui demande de la ténacité, puisqu'une instance de reconnaissance se fie aux précédentes étapes de reconnaissance obtenues avec succès par l'artiste, de sa sortie de l'école des Beaux-arts à l'obtention du droit d'exposer dans une galerie parisienne. Les différentes épreuves que l'artiste se doit de franchir l'amèneront à son intégration professionnelle, et donc à son succès en tant qu'artiste, ce qui « relève ainsi d'un processus de qualification séquentiel, ascendant et cumulatif » (Martin, 2006, p.235).

Martin (2006) suggère la classification suivante des différentes épreuves qualifiantes: tout d'abord, l'artiste suit une formation qui lui permet d'obtenir son diplôme d'une école d'art. Ensuite, il ou elle expose dans un centre d'art de sa région, ce qui peut s'accompagner d'un cachet lorsque l'on retient son œuvre pour qu'elle soit développée en résidence dans un lieu donné. La première étape est franchie lorsque l'artiste reçoit une aide à la création de l'État, distribuée par l'entremise de la Direction Régionale des Affaires Culturelles (la DRAC). Ce programme offre une « aide individuelle à la création » allant jusqu'à 7 600 euros. À partir de cette étape (ou épreuve), l'artiste va avoir à poursuivre son parcours, soit par une exposition dans une galerie régionale, ou en recevant pour son travail de création une somme provenant des Fonds Régionaux d'Art Contemporain (FRAC). Cette aide permet à l'artiste de diffuser sa création et de franchir la deuxième étape, soit d'exposer dans une galerie parisienne. À cette étape, l'artiste peut espérer une reconnaissance professionnelle complète, puisque sa création sera en bonne position pour être acquise par un collectionneur privé ou une institution, voire même faire l'objet d'un article par un critique d'art. Quelques entrevues préliminaires réalisées à Montréal nous indiquent que le parcours est analogue ici.

On peut aussi contempler la carrière artistique à partir d'un modèle fondé sur des processus qui assurent la continuité et permettent l'innovation. Par exemple, Svejenova (2005) étudie la carrière du réalisateur Pedro Almodovar et explique que dans la carrière créative qui repose sur la création, c'est l'authenticité qui est le moteur de la création artistique. Ainsi, Svejenova (2005) développe un modèle dont les étapes d'exploration, de précision, d'indépendance et de professionnalisation servent à la fois à construire la continuité ou la cohérence de l'œuvre, mais aussi lui permettent de se renouveler, d'évoluer.

La première étape, soit celle de l'exploration, survient au cours de l'apprentissage de son métier par l'artiste, par exemple lorsqu'il accomplit des tâches d'apprenti. Cela lui permet de se

familiariser avec les différents publics qu'il pourra chercher à rejoindre par la suite, tout autant que d'envisager dans quelle situation professionnelle il pourra satisfaire son talent, réaliser son identité ou donner forme à son inspiration. Plus ses expériences lui donnent un éventail de possibilités, plus il peut développer une identité complexe, qu'il devra clarifier par la suite, dans l'étape de la précision.

La seconde étape, celle de la précision, permet à l'artiste de choisir d'explorer un aspect particulier de son talent ou de son inspiration et de déterminer par quels moyens il y parviendra. En limitant l'éventail de ses possibilités professionnelles, il dirigera plus efficacement son énergie à créer sa propre « signature », donc à renforcer ce qui le distingue. Toutefois, en endossant un rôle professionnel plus précis, il pourra en arriver à être limité dans le pouvoir qu'il exerce sur la diffusion de son œuvre, puisqu'il s'associe à d'autres professionnels qui accompagnent sa démarche créatrice. Sa recherche de liberté viendra davantage à l'étape ultérieure.

La troisième étape du modèle est celle de l'indépendance, au cours de laquelle l'artiste pourra chercher à établir ses propres façons non seulement de créer une œuvre originale, mais de disposer de toute la latitude possible pour la mettre en marché. Lorsqu'il se sent trop soumis à diverses pressions extérieures qui l'éloignent de la vision première qu'il avait de son travail, l'artiste ou l'individu créatif réagit en reprenant le contrôle de son travail. Ainsi, il cherche à trouver le meilleur moyen pour diffuser lui-même ce qu'il a créé. Il peut s'agir, ultimement, de délaisser les instances traditionnelles qui l'ont aidé à émerger puis de fonder sa propre compagnie, afin de rester le plus authentique possible. Toutefois, il ne voudra pas être mis à l'écart de la sphère de diffusion publique et cherchera, pour y demeurer et pour susciter l'intérêt public, à accéder au rang de professionnel.

La quatrième et dernière étape proposée par l'auteure est celle de la professionnalisation de la personne créative. Il s'agit de rechercher la continuité dans son œuvre, car une reconnaissance de son originalité lui assure une plus grande visibilité, et, subséquemment, une certaine renommée. La carrière créative jouira ainsi d'une longévité et d'une reconnaissance qui permettront de réalimenter l'inspiration et de protéger la poursuite de l'expression du talent de l'artiste.

Au long des diverses étapes de la carrière artistique, nous pouvons souligner la présence d'au moins quatre dimensions clés : la construction de la réputation, la construction de l'authenticité, l'entretien de relations significatives et la gestion des paradoxes. Il s'agit des épreuves vécues par les artistes à travers leur parcours professionnel; des concepts significatifs qui pourront alimenter des recherches futures mais aussi des comparaisons avec d'autres concepts, tel celui de l'entrepreneuriat.

### **3.1 La construction de la réputation**

Martin (2006) explique que le parcours des jeunes artistes, du moment où ils terminent leurs études en beaux-arts jusqu'à leur reconnaissance professionnelle dans le milieu de l'art contemporain, est un parcours ardu qui demande de la ténacité. Il est question de niveaux à franchir, que l'auteur nomme « épreuves ». Celles-ci vont peu à peu légitimer l'artiste, lui conférer une réputation, donc un succès dans sa carrière. Il s'agit donc de franchir des étapes pour obtenir une reconnaissance du milieu. En effet, les évaluations auxquelles sont soumises les artistes qui veulent s'insérer dans la pratique professionnelle de l'art reposent sur un critère précis : celui de la convention d'originalité (processus non reproductible, démarche authentique et composition nouvelle) (Moureau & Sagot-Duvaurox, 1992). Ces épreuves qualifiantes sont séquentielles; ascendantes et cumulatives (Martin, 2006, p.235).

Concernant la réputation et la reconnaissance qu'un artiste peut conquérir à travers le caractère authentique de son œuvre, Peterson (2005) tente de mettre à jour les interactions des différentes sources de reconnaissance qui permettent à l'œuvre ou à l'artiste de recevoir la validation de son caractère authentique. L'auteur démontre que le premier registre dans lequel s'exerce spontanément l'évaluation de l'authenticité est tout à fait commun et courant. Toutefois, tout comme pour les objets archéologiques qui peuvent être datés par des chercheurs, nombre de cas ne se soumettent pas facilement au jugement sur leur nature authentique. Par exemple, dans ses recherches sur la musique country, Peterson s'est aperçu que cette authentification était d'abord émise par les « experts » (institution), mais que, tout compte fait, elle ne persistait que lorsqu'elle était reprise par le public, lui même consommateur de ce style musical (« the fans »). D'autres sources de légitimation de l'authenticité d'une œuvre peuvent être aussi envisagées : les critiques, les historiens, les archivistes, les enseignants, les documentaristes.

Ce que remarque Peterson (2005), c'est que face aux nouvelles formes d'expression artistique, le critère et la validation de l'authenticité continuent d'évoluer, et doivent faire face à un remodelage, puisque la référence implicite à ce qui est authentique tend à s'amenuiser au profit d'un questionnement sur la nouveauté. Il s'agit moins, en somme, d'être dans la pure tradition d'un genre ou d'être fidèle aux racines de ce dernier, mais bien de produire une œuvre qui sera à la fois originale ou nouvelle, et reconnue et appréciée du public.

### **3.2 La construction de l'authenticité**

Martin (2006) explique l'importance des réseaux, de l'authenticité et de la persévérance pour le succès de l'artiste contemporain.

Dans l'étude de la carrière de Pedro Almodovar, Svejenova (2005) définit l'authenticité comme l'occasion de faire des choix qui permettent à la personne créative d'exercer son pouvoir sur sa propre vie. De plus, il s'agit, dans une définition non exhaustive, de montrer que l'authenticité touche également à la capacité de rester conséquent avec soi-même, de respecter son histoire et son passé et de faire des choix qui seront harmonieux pour l'identité. L'authenticité est une ressource renouvelable (Peterson, 1997) qui fait partie d'un processus continu de différenciation (Moeran, 2005). Alors, la carrière serait déterminée dans une combinaison de continuité et de changement dans les espaces privé et public de l'artiste. Au fur et à mesure que ce processus prend place, l'identité individuelle peut changer, mais elle change de façon à maintenir une connexion avec l'identité passée (Svejenova, 2005).

Dans son étude sur l'authenticité, Peterson (2005) observe que la définition d'authenticité renvoi à une situation non pas de consensus, mais plutôt d'inconfort, c'est-à-dire lorsque ça pose problème ou que c'est remis en question. Pour lui, l'authenticité est une création sociale, en ce que les promoteurs, par exemple ceux du groupe 'N SYNC, soutenu par la compagnie Walt Disney, mettent de l'avant l'authenticité de l'origine du produit. En soutenant, même lorsque le bien est monté de toutes pièces, que le groupe est formé de « five talented young men » dont le succès a changé le monde, il y a affirmation qu'il s'agit d'un « group of boys who acted on their own volition » (Peterson, 2005, p.1085). En tant que création sociale, l'authenticité est une demande faite par ou pour quelqu'un, qui est accepté ou rejeté par les interlocuteurs reconnus.

Peterson (2005) observe que l'authenticité d'une œuvre peut se définir à travers la propre authenticité de celui qui la produit. Par exemple, dans certains domaines, il semble important de savoir, pour qui veut acquérir un bien artistique, si son créateur est pauvre et sans formation artistique particulière ou, mieux encore, si les artistes desquels on pense se procurer un bien sont « convicts, mystics, zealots, or insane ». Dans ce cas, il semblerait que l'œuvre hérite, en quelque sorte, de ces caractéristiques d'originalité, d'excentricité, bref, de pure authenticité de l'artiste qui les façonne.

### **3.3 L'entretien des relations significatives (réseau de contacts)**

Selon Martin (2006), les réseaux sociaux configurent le processus d'insertion des jeunes artistes. Prenant appui sur les théories de Lin (1982), de Granovetter (1985), de Burt (1995) et de Callon (1991), l'auteure met de l'avant les réseaux de contacts comme une dimension déterminante dans la progression de la carrière artistique. Il s'agit, selon elle, non seulement d'un réseau de personnes, mais aussi d'objets techniques qui soutiennent les relations établies entre les diverses personnes d'un réseau (Callon, 1991).

Dans leur recherche sur les intermittents du spectacle en France, Dantec et Lévy (2006) soulignent l'importance des réseaux de contacts dans la carrière artistique. Selon eux, l'intermittent doit s'inscrire dans un réseau de pairs et de partenaires afin de multiplier les contacts et par conséquent de s'assurer des occasions d'être embauché.

En utilisant la comparaison avec la symbiose dans le domaine végétal (entre une algue et un champignon qui se combinent et interagissent pour former le lichen), Alvarez et Svejnova (2002) tentent d'illustrer la carrière du réalisateur espagnol Pedro Almodovar, intrinsèquement liée à celle de son frère Augustin, devenu son producteur. Les auteurs mettent de l'avant la complexité, pour un artiste, d'endosser aussi le rôle de gestionnaire, car il ne peut qu'imparfaitement performer dans les deux activités. Selon eux, le réseau de collaborateurs est d'une importance capitale pour soutenir la création. Leur étude de la biographie de Pedro et d'Augustin Almodovar est concluante, en ce qu'ils démontrent la répartition des tâches entre les deux frères, chacun s'occupant d'un aspect du métier, dans un mouvement symbiotique à la fois très profond (avec les notions de confiance, de communication et d'intimité) et très efficace.

### 3.4 La gestion des paradoxes

La carrière artistique est marquée par le besoin permanent de gérer les tensions et les paradoxes issus des exigences à la fois artistiques et commerciales. Par exemple, une tension est que l'organisation culturelle doit demeurer loyale aux valeurs artistiques, mais elle doit aussi se conformer à l'économie du marché (Lampel, Lant, & Shamsie, 2000). De plus, il y a la tension établie entre la liberté de création et les impératifs commerciaux, pour éviter que la création ne soit étouffée par le management. Les activités artistiques reposeraient essentiellement sur des processus de création qui ne peuvent pas être planifiés, dirigés, contrôlés sans risque d'être taris (Agid & Tarondeau, 2003). En effet, des points d'équilibre doivent être trouvés entre la liberté requise pour la création et les contraintes évidentes de gestion. Une autre tension reflète la dimension à la fois collective et individuelle du processus de création.

Bindeman (1998) observe un paradoxe au cœur même du processus créatif. Pour lui, les artistes opèrent par un double mouvement, soit créer et se dissocier de la source de la création. Autrement dit, c'est faire, mais faire par-devers soi.

La recherche d'Alvarez et Svejenova (2002) sur la carrière du réalisateur espagnol Pedro Almodovar et celle de son frère Aufustin révèle un aspect original, voire paradoxal. Ils observent qu'il est nécessaire, pour les artistes allant à contre-courant des règles préétablies par une industrie créative, de créer un objet ou un produit artistique, mais aussi de créer un environnement propice à soutenir inconditionnellement leur travail d'artiste. Ils notent que le talent, à lui seul, ne peut expliquer le succès d'un artiste. Il faut savoir répartir l'énergie et le temps consacrés à la création proprement dite, mais aussi aux tâches préparatoires telles que la pensée, le rêve, la quête d'information, la répétition, la pratique, en plus de gérer les activités autres (e.g. financement du projet, promotion du film à sa sortie dans ce cas précis). Ainsi, les structures (e.g. un bureau du cinéma) peuvent agir comme soutien mais aussi comme entrave à la créativité. Cette adversité est parfois une source d'innovation pour les créateurs très originaux : ils doivent bâtir leurs propres règles. Il y a donc une composante entrepreneuriale qui entre en ligne de compte (Alvarez *et al.*, 2002).

#### 4. LA DIMENSION ENTREPRENEURIALE DE LA CARRIÈRE CRÉATIVE

Quand on pense à l'entrepreneuriat à partir de l'idée d'acte entrepreneurial, il devient facile de voir comment la carrière artistique peut se réaliser dans un parcours entrepreneurial. Selon Schumpeter (1989), c'est l'acte que constitue l'entrepreneuriat, un acte caractérisé par une démarche créative et influente en dehors des pratiques courantes. Autrement dit, l'entrepreneur n'est pas un inventeur; il est plutôt un innovateur, c'est-à-dire celui qui introduit une invention dans l'entreprise, dans l'industrie, dans l'économie. Invention et innovation sont donc des termes différents qui renvoient à des situations sociales différentes. En effet, la distinction entre invention et innovation est importante, tout comme l'est la fonction spécifique qui consiste à vaincre des résistances. En ce qui concerne les résistances à l'innovation, il faut distinguer les résistances d'ordre objectif, liées à la nature de la démarche d'innovation, et les résistances d'ordre subjectif, puisque l'innovateur doit faire un effort pour sortir de l'habituel. Enfin, des résistances d'ordre social doivent également être vaincues (Tremblay, 1989).

Selon Schumpeter, l'innovation ou l'entrepreneuriat est une « réponse créatrice » à ces résistances. Il se réfère à trois grandes catégories d'obstacles ou de résistances. Premièrement, l'entrepreneur innovateur agit dans un contexte d'incertitude, ne pouvant disposer des données dont il aurait eu connaissance s'il s'était contenté d'intervenir de la façon habituelle plutôt que de chercher à innover. La deuxième catégorie d'obstacles paraît relativement évidente. Schumpeter l'énonçait ainsi en 1935 : « Il est objectivement plus difficile de faire du nouveau que ce qui est accoutumé et éprouvé. » Enfin, la troisième catégorie, la plus importante à nos yeux, est la réaction du milieu social à l'égard de l'innovation, ou de « toute personne qui veut faire du nouveau » (Schumpeter, 1935, p.347). Cette dernière catégorie d'obstacles inclut la résistance des utilisateurs de l'innovation. Dans ce contexte, il se produit une tension. Selon la vision schumpétérienne, cette tension serait imputable au retard culturel et au délai d'adaptation de la société envers la nouveauté. Les contraintes liées à l'usage social de l'entrepreneuriat sont invoquées ici pour expliquer les résistances à sa diffusion.

L'entrepreneuriat renvoie à une action novatrice en lien à un contexte social. Il s'agit d'une action discursivement et socialement construite (Down, 2006; Fletcher, 2003; Hjorth & Steyaert, 2004). À partir d'une telle conception, l'entrepreneuriat peut se manifester au long de la carrière par ces moments qu'on considère de créatifs. Les artistes cherchant souvent des solutions

créatives à la pénurie de ressources, ne peuvent-ils pas être appréhendés comme des entrepreneurs à certains moments de leur carrière?

D'après Lindgren et Packendorff (2003), l'entrepreneuriat peut être étudié comme étant des actes temporaires d'entrepreneuriat. Ainsi, pour eux, l'entrepreneuriat contemporain est fondé sur une logique de projet et les actes entrepreneuriaux se produisent en série tout au long du parcours professionnel et de vie.

Par ailleurs, l'artiste intermittent peut être perçu comme un entrepreneur du futur, car il cristallise des caractéristiques souvent valorisées par les systèmes d'emplois les plus modernes : autonomie, mobilité dans l'espace et le temps, motivation extrême, assurance de sa part de risque dans une économie incertaine (Dantec et Lévy, 2006, p.241).

Comme les artistes, les entrepreneurs doivent construire l'authenticité de leur démarche, ils doivent construire leur réputation, tout en entretenant des relations significatives (réseaux de contacts) et gérant des situations paradoxales. Les dimensions clés de la carrière artistique sont apparentées à des caractéristiques souvent considérées comme importante dans le domaine de l'entrepreneuriat, tel que suggère notre recherche. Par exemple, l'importance des réseaux sociaux est déterminante autant pour l'entrepreneuriat (Greve & Salaff, 2003) que pour les carrières artistiques et créatives.

## **5. CONCLUSION**

Le but de cette recherche est de réfléchir sur le rapprochement entre les concepts de carrière artistique et celui d'entrepreneuriat. Fondés sur une recension des écrits dans le domaine, nous avons analysé ce rapprochement en proposant quatre axes conceptuels : la construction de la réputation, la construction de l'authenticité, l'entretien des relations significatives (réseaux de contact) et la gestion des paradoxes. La principale contribution de la recherche est de formuler et suggérer ces quatre axes comme des voies fécondes de recherches futures afin de les approfondir théoriquement et empiriquement. Ainsi, la considération de la carrière artistique comme un parcours entrepreneurial peut non seulement rapprocher deux univers conceptuels mais aussi fournir des pistes pour saisir des nouvelles dimensions enrichissant la théorie sur l'entrepreneuriat contemporain.

Sur un plan pratique, l'axe d'étude sur l'entrepreneuriat des artistes devient davantage pertinent lorsqu'on considère les dimensions socioculturelle et économique du secteur au Québec. Par exemple, en 2001, selon des données de Statistique Canada, compilées par l'Institut de la statistique du Québec et rapportées sur le site de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec<sup>1</sup>, les professions culturelles représentaient presque 3 % de la population active du Québec (2,9 %), soit plus de 100 000 personnes (107 715). Ces chiffres, bruts, se traduisent en clair par l'affirmation que le champ professionnel de la culture est un secteur non négligeable dans l'activité économique, certes, mais aussi dans la mise en marche d'innovations pour le Québec. Selon les mêmes sources, les dépenses publiques au titre de la culture représentait un ordre de 747 960 000 \$ pour l'ensemble du Québec, en 2003-2004. Si nous observons un cas, celui des arts de la scène, il y a eu, en 2005, 15 271 représentations pour une assistance totale de 6 650 850 personnes. Quant à l'assistance payante, elle comptait 5 727 210 personnes. Cela signifiait un revenu de billetterie, excluant les taxes, de 184 674 468\$ (en 2004, ce revenu s'élevait à 182 418 664\$). Les artistes jouent un rôle socioéconomique significatif dans le fonctionnement d'un grand engrenage de la société québécoise.

## 6. RÉFÉRENCES

- Agid, P., & Tarondeau, J.-C. 2003. Manager les activités culturelles. *Revue française de gestion*, 142(janvier-février): 103-112.
- Alvarez, J. L., & Svejnova, S. 2002. Symbiotic careers in movie making: Pedro and Agustin Almodovar. In M. A. Peiperl, M. B. Arthur, & N. Anand (Eds.), *Career creativity: explorations in the remaking of work*. New York: Oxford University Press.
- Anand, N., Peiperl, M. A., & Arthur, M. B. 2002. Introducing career creativity. In M. A. Peiperl, M. B. Arthur, & N. Anand (Eds.), *Career creativity: explorations in the remaking of work*. New York: Oxford University Press.
- Bellavance, G., Bernier, L., & Laplante, B. 2005. *Les conditions de pratique des artistes en arts visuels: rapport d'enquête, phase 1*. Montréal: INRS Urbanisation, culture et société.

---

<sup>1</sup> Tableau 3.1.7, *Part des professions culturelles parmi la population active*, Québec, Canada, Ontario, 1991-2001, Institut de la statistique du Québec, [http://www.stat.gouv.qc.ca/donstat/societe/culture\\_comnc/professions/part\\_prof\\_cult\\_pop\\_act\\_1991-2001.htm](http://www.stat.gouv.qc.ca/donstat/societe/culture_comnc/professions/part_prof_cult_pop_act_1991-2001.htm), consulté le 14 février 2007.

- Bindeman, S. 1998. Echoes of silence: a phenomenological study of the creative process. *Creativity Research Journal*, 11(1): 69-78.
- Boden, M. A. 1990. *The creative mind*. New York: Basic.
- Burt, R. S. 1995. Le capital social, les trous structuraux et l'entre-preneur. *Revue française de sociologie*, 46(4): 559-628.
- Callon, M. 1991. Réseaux technico-économiques et irréversibilités. In R. Boyer, B. Chavance, & O. Godard (Eds.), *Les figures de l'irréversibilité en économie*. Paris: Éditions de l'École des Hautes études en sciences sociales.
- Dantec, A., & Lévy, F. 2006. Les intermittents du spectacle sont-ils une exception culturelle? In C. Bourreau-Dubois, & B. Jeandidier (Eds.), *Économie sociale et droit: Économie et droit du travail*. Paris: L'Harmattan.
- Down, S. 2006. *Narratives of enterprise: crafting entrepreneurial self-identity in a small firm*. Cheltenham: Edward/Elgar.
- Fletcher, D. 2003. Framing organizational emergence: discourse, identity and relationships. In C. Steyaert, & D. Hjorth (Eds.), *New movements in entrepreneurship*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Gardner, H. 1993. *Creating minds*. New York: Basic Books.
- Granovetter, M. 1985. Economic action and social structure: the problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91: 481-510.
- Greve, A., & Salaff, J. W. 2003. Social networks and entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Fall: 1-22.
- Hjorth, D., & Steyaert, C. (Eds.). 2004. *Narrative and discursive approaches in entrepreneurship: a second movements in entrepreneurship book*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Koestler, A. 1964. *The act of creation*. New York: Macmillan.

- Lampel, J., Lant, T., & Shamsie, J. 2000. Balancing act: learning from organizing practices in cultural industries. *Organization Science*, 11(3): 263-269.
- Lindgren, M., & Packendorff, J. 2003. A project-based view of entrepreneurship: towards action-orientation, seriality and collectivity. In C. Steyaert, & D. Hjorth (Eds.), *New movements in entrepreneurship*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Martin, B. 2006. L'insertion professionnelle des artistes plasticiens sur le marché de l'art contemporain. In C. Bourreau-Dubois, & B. Jeandidier (Eds.), *Économie sociale et droit: Économie et droit du travail (tome 1)*. Paris: L'Harmattan.
- Moeran, B. 2005. Tricks of the trade: the performance and interpretation of authenticity. *Journal of Management Studies*, 42(2): 901-922.
- Moureau, N., & Sagot-Duvaurox, D. 1992. Les conventions de qualité sur le marché de l'art: d'un académisme à l'autre. *Esprit*, Octobre: 43-54.
- Peiperl, M. A., Arthur, M. B., & Anand, N. (Eds.). 2002. *Career creativity: explorations in the remaking of work*. New York: Oxford University Press.
- Peterson, R. A. 1997. *Creating Country Music: Fabricating Authenticity*. Chicago: University of Chicago Press.
- Peterson, R. A. 2005. In search of authenticity. *Journal of management studies*, 42(5): 1083-1098.
- Schumpeter, J. 1935. *Théorie de l'évolution économique*. Paris: Librairie Dalloz.
- Schumpeter, J. A. 1989. *Essays on Entrepreneurs, Innovations, Business Cycles, and the Evolution of Capitalism*. New Brunswick: Transaction Publishers.
- Svejenova, S. 2005. The path with the heart: creating the authentic career. *Journal of Management Studies*, 42(5): 947-974.

Tremblay, D. G. 1989. *La dynamique économique du processus d'innovation. Une analyse de l'innovation et du mode de gestion des ressources humaines dans le secteur bancaire canadien*. Université de Paris I, Panthéon-Sorbone, Paris.