



Bamhaus est le seul lieu de Luxembourg qui ait été imaginé par des artistes pour des artistes. Pour Ben Barnich et Christian Muno (voir interview p.47), co-créateurs du lieu, il s'agit quasi d'un acte militant visant à démontrer que la transition vers un nouvel ordre économique est possible et souhaitable.

Photo : Bamhaus

INDUSTRIES CRÉATIVES

## LE LUXEMBOURG A DU TALENT

Le 31 janvier 2017, lors de la soirée de lancement du cluster créé pour fédérer les industries créatives, les différents intervenants ont attiré l'attention de l'audience sur l'omniprésence du design et des métiers créatifs dans les objets du quotidien ou les activités de loisirs. Ils ont également salué l'esprit d'innovation et de création qui caractérise ces métiers et qui peut influencer positivement bien d'autres domaines de l'économie.

Texte : Catherine Moisy, Cindy Tereba

sonnes au Luxembourg (2% de l'emploi total) selon un comptage réalisé en 2014, soit 1,5 fois l'effectif des plus grandes entreprises du Luxembourg (Post, CFL, ArcelorMittal et Cactus emploient chacune un peu plus de 4.000 personnes). En nombre d'entreprises, le secteur créatif représente environ 2.200 établissements, dont la plupart sont de très petite taille puisque 60% d'entre eux comptent seulement une personne. Ils contribuent néanmoins à hauteur de 390 millions d'euros de valeur ajoutée au produit intérieur brut (PIB) du pays.

À l'échelle européenne, les chiffres diffusés par Eurostat datent de 2013 et font état de 675.000 entreprises culturelles et créatives, dont les revenus cumulés atteignent 300 milliards d'euros et qui emploient 2,2 millions de personnes, auto-entrepreneurs ou employés (hors bibliothèques, musées et autres entités financées par des autorités publiques).

Enfin, les ICC (industries culturelles et créatives) représentent 7% du PIB mondial et affichent une croissance de 8,7% par an, de quoi faire pâler bien d'autres secteurs. À noter enfin que le secteur dispose d'un vrai potentiel de développement, soutenu par l'utilisation des nouvelles technologies, avec le pouvoir de ►

Les industries créatives sont définies par l'Unesco comme activités ayant « pour origine la créativité individuelle, l'habileté et le talent et qui ont le potentiel de produire de la richesse et de l'emploi à travers la création, la production et la commercialisation de contenus créatifs et l'exploitation de la propriété intellectuelle », autrement dit, il s'agit de domaines aussi divers que l'architecture, le design, les spectacles vivants, le multimédia et bien d'autres. Ces activités occupent 6.300 per-





## Sonic Visions Music Conference & Festival – 16-18 novembre 2017

Le festival Sonic Visions a été créé en 2008, sous l'impulsion d'Olivier Toth, CEO de la Rockhal (voir interview page 52). L'événement mêle un festival de musique (le soir) à un programme de conférences (en journée) s'adressant à un large public de professionnels, mélomanes ou curieux. Il est devenu au fil des ans une véritable plateforme de contacts et d'inspiration où les artistes peuvent rencontrer à la fois leurs fans mais aussi les professionnels de l'industrie de la musique (médiats, managers, agents, labels, programmeurs...). Les temps forts de l'édition 2017: un focus sur le marché de la Grande Région; une conférence avec panels et keynote speeches s'articulant autour des thèmes de l'entrepreneuriat en musique, l'esprit start-up, les nouvelles technologies au service de la création et de la diffusion de contenu musical (blockchain, par exemple) et les business models pour artistes indépendants; de nombreux workshops; et, en clôture, la remise des Video Clip Awards pour la cinquième année consécutive. Plus d'informations: [www.sonicvisions.lu](http://www.sonicvisions.lu)



Photo: Wikwand.com

01.

générer des retombées importantes pour un pays ou un territoire, mais qu'il repose sur une myriade d'acteurs, dont certains se sentent plus proches du monde culturel que de l'économie de marché.

### LE DERNIER-NÉ DES CLUSTERS

Considérant le potentiel des métiers créatifs pour l'économie, la culture et la société luxembourgeoise dans son ensemble, le ministère de l'Économie a donc décidé de compléter la liste des clusters existant au sein de Luxinnovation, et de donner au nouveau Cluster Creative Industries Luxembourg la mission de développer et de promouvoir la branche. Si diverses fédérations rassemblent déjà certains métiers créatifs du Luxembourg, la démarche du cluster se veut proactive pour tout un pan de l'économie nationale. Il s'agit, entre autres, de donner une visibilité et une compréhension accrues de ce secteur à ses clients potentiels et au grand public, et de créer des liens et des collaborations avec d'autres secteurs dans un souci d'amélioration continue de la compétitivité du pays. Marc Lis, recruté début mai 2017 au poste de manager, s'est ainsi immédiatement rapproché des autres clusters: « Nous sommes presque tous rassemblés dans les locaux de Luxinnovation à Belval et nous avons des contacts réguliers. Il y a une grande pertinence pour nous à croiser des idées avec les autres clusters, comme celui du bois ou celui des matériaux, par exemple. » Celui qui dirige le nouveau cluster avec d'autant plus d'enthousiasme qu'il est lui-même issu du secteur audiovisuel et a connu les affres de l'indépendance poursuit en soulignant la complexité de la tâche qui l'attend: « Il y a une grande

diversité de profils et d'attentes dans les industries créatives. Notre grand challenge est de fédérer cette diversité tout en nous adaptant à chacun. Le cluster couvre 12 sous-secteurs, qui eux-mêmes regroupent plusieurs dimensions: l'architecture, l'artisanat d'art, les arts visuels, l'audiovisuel, le design, la mode, les jeux vidéo, le marketing et la communication, la littérature, les médias, le spectacle vivant et la musique. Mais il est clair que tous n'ont pas les mêmes besoins. Certains sont déjà très bien représentés par des fédérations comme l'OAI pour les architectes et ingénieurs-conseils, la Fédération luxembourgeoise des auteurs et compositeurs dans le domaine de la musique ou encore l'Union of Luxembourg Audio-visual Producers, pour n'en citer que quelques-unes (une liste des différentes fédérations existantes est disponible sur: [www.luxinnovation.lu/cluster/luxembourg-creative-industries-cluster](http://www.luxinnovation.lu/cluster/luxembourg-creative-industries-cluster), ndlr). Pour le moment, je suis à l'écoute de tout le monde, les professionnels, les fédérations, les écoles, les structures culturelles, et j'accueille tous les candidats membres car mon objectif est de voir qui s'adresse naturellement au cluster, avec quels besoins. J'ai besoin de cette connaissance pour bâtir une offre de services pertinente. » Les missions et objectifs préalablement définis par le ministère de l'Économie pour le dernier-né de ses clusters, grâce notamment à un workshop de créatifs organisé le 18 janvier 2017, sont donc susceptibles d'évoluer en fonction des résultats de ce travail de fourmi. Au top des priorités qui se dessinent, il semble y avoir la réflexion sur le statut des créatifs ainsi que la mise en place d'une plateforme web qui serait une vitrine des talents du Luxembourg. Pour le reste, Marc Lis souhaite encore prolonger ses inves-



Photo: Lyemium

02.

tigations pour répondre au mieux aux besoins multiformes de ses membres.

### LA RICHESSE DE LA DIVERSITÉ

Pour l'heure, le Cluster Creative Industries Luxembourg compte déjà une centaine de membres (liste disponible sur [www.luxinnovation.lu/cluster/luxembourg-creative-industries-cluster](http://www.luxinnovation.lu/cluster/luxembourg-creative-industries-cluster), ndlr) qui opèrent des projets variés et expriment des besoins divers. Cela va de Steve Gerges, artiste en effets lumière qui a besoin de davantage de visibilité, à la plateforme LuxCreators (photos et vidéos « made in Luxembourg »), qui cherche à étendre sa clientèle à l'international, en passant par des agences de communication (Comed, F. Communications, Darjeeling), qui souhaitent un travail de lobbying pour éduquer les clients à la valeur ajoutée de leur travail, ou encore par Michel Ribeiro (MR Films), à la recherche régulière d'autres créatifs pour travailler sur ses productions.

Les projets sont très divers, mais les membres peuvent toutefois être classés en deux grandes catégories : ceux qui exercent une activité qui fonctionne par projet ou mission et qui sont caractérisés par l'intermittence, et les entrepreneurs créatifs dont l'objectif est de bâtir une entreprise plus classique avec des objectifs de croissance à moyen / long termes et de création d'emplois. Dans la première catégorie se retrouvent surtout les activités liées au spectacle et au domaine culturel (théâtre, musique, danse...), dans l'autre les agences de communication, l'industrie des jeux vidéo, la mode, le design, etc. Dans tous les cas, il s'agit de métiers de passion, parfois éloignés de ►

01. La ville autrichienne de Graz a intégré le réseau City of Design de l'Unesco en 2011. Depuis, la Ville édite un guide touristique proposant des promenades à travers la ville pour faire découvrir les monuments, restaurants ou boutiques au design remarquable.

02. À Berlin, comme dans d'autres villes, ce sont les street artists qui se sont d'abord appropriés les espaces offerts par d'anciens bâtiments industriels abandonnés, ouvrant ainsi la voie au développement d'une importante communauté artistique dans des quartiers autrefois délaissés.



INTERVIEW  
CHRISTIAN MUNOZ  
ET BEN BARNICH  
Cofondateurs, Bamhaus

“ Si l'on veut que l'industrie créative soit un nouveau pilier de l'économie, il faut qu'elle ait un impact social positif. ”

#### Qu'est-ce que Bamhaus ?

« C'est un lieu qui rassemble des free-lances au sein d'un espace aménagé sur un site industriel désaffecté. Nous sommes tous deux issus du secteur audiovisuel et au départ, nous souhaitons installer un studio audio, que nous avons rapidement étendu aux métiers de l'image. Puis, nous sommes sortis de ce cadre pour créer une synergie de co-working avec d'autres créatifs et nous avons accueilli des artistes, un styliste de mode, un social designer... En plus de l'interaction que cette diversité crée entre nous, chacun peut avoir un impact sur le lieu lui-même, qui est assez brut.

#### Pourquoi avez-vous créé ce lieu ?

« Nous voulions avoir une démarche de revalorisation d'une friche industrielle et également créer un lieu atypique, car nous trouvions que cela manquait au Luxembourg. Pour nous, les métiers créatifs ne sont pas des jobs comme les autres. Les artistes ont une façon de penser et d'aborder les problèmes qui peut aider à bouleverser les modèles traditionnels et à accélérer la transition vers une économie plus soutenable et plus circulaire. Si l'on veut que l'industrie créative soit un nouveau pilier de l'économie, il faut qu'elle ait un impact social positif. Le modèle que nous construisons au Bamhaus

pourrait être dupliqué sur d'autres sites désertés par les industries lourdes. Nous pensons qu'il est dans l'intérêt des industriels et des pouvoirs publics de penser l'après de ces sites. C'est pourquoi nous faisons aussi du lobbying autour de nos idées.

#### Y a-t-il un impact de ce lieu sur son quartier ?

« Nous avons pu observer ailleurs, notamment dans le quartier Amsterdam-Nord, l'évolution naturelle de ce genre de lieux. Ils attirent d'abord les street artists, puis d'autres créatifs et enfin des start-up. C'est ce que nous espérons aussi pour Bamhaus. Le lieu que nous occupons se situe entre Beggen, Dommeldange, Eich et Weimerskirch. C'est un quartier qui vivait grâce à l'usine et qui est un peu en déclin depuis le départ de celle-ci. Nous voulons montrer aux habitants qu'une nouvelle dynamique est possible. C'est pourquoi nous allons de plus en plus ouvrir le lieu au public, à l'occasion de fêtes ou d'événements. »



**INTERVIEW**  
STEVE GERGES  
Motion designer  
(videos and visual installations)

“**As a freelancer, it's important to work within a network of other creative artists.**”

**Motion designer is a professional designation which is not very common. How did your career evolve to become one of the few representatives of your profession in Luxembourg?**

“Luckily registering myself as a freelancer in Luxembourg was pretty straightforward despite the fact that the term 'motion designer' is indeed not yet an existing job title in Luxembourg. I started my education as a graphic designer and 3D animator. I have always been interested in graphic design and CGI (computer-generated images), so combining both to become a motion designer was actually the logical path.

**After having worked as an employee for several companies in the field of 3D animation, cartoons and architecture you have eventually decided to become an independent freelance artist. What are the major advantages and challenges that you are facing?**

“Working as a freelancer is simply great, I highly appreciate my independency and flexibility with regards to working hours, which doesn't necessarily mean that I am working less than an employee, quite the contrary. Being on your own can however be very tough as you have to manage all business areas on your own. Another major challenge lies with the client's attitude

towards the remuneration of creative jobs. Unfortunately there is still little appreciation or knowledge about services offered by the creative industries sector. Working for free just to have a client reference is not an option and delivering elaborated projects at a pitch without remuneration is also not an option if companies from the creative industries sector are supposed to develop self-sustainable business models. Intellectual property is another topic. In many countries it is common practice to calculate prices in accordance to the frequency of usage of a creative product e.g. logo, music or picture but this is not really the case in Luxembourg, at least not in my field of work.

**You are working at Bamhaus, a co-working space dedicated to creative industries. How important is it for you to be integrated in such a creative ecosystem?**

“I was very happy to get this great opportunity to work at Bamhaus. As most freelancers tend to work on their own at home, it is great to have like-minded people around you to exchange and collaborate. As a freelancer, it's important to work within a network of other creative artists to be able to offer fully integrated services and products to your clients, and creative hubs like 1535° or Bamhaus are great places to do that.”



01.

la notion de rentabilité économique. Augmenter la culture business de certains pourra faire partie de l'offre du nouveau cluster.

« Dans un premier temps, l'adhésion au cluster est gratuite pour tout le monde. En outre, elle donne accès aux divers programmes publics qui encouragent l'entrepreneuriat (Fit4Start, Fit4Entrepreneurship, Fit4Digital, etc., ndlr). Cette période d'observation va durer jusqu'à fin 2017. Ensuite, j'envisage de proposer un système de cotisations à plusieurs paliers, allant de la prestation de base, qui continuera d'être gratuite, à une prestation intermédiaire et une autre que l'on pourra qualifier de premium, précise Marc Lis. Je ne sais pas encore quelles prestations seront incluses dans chaque package, mais je pense que c'est une bonne façon d'apporter à chacun un niveau de service sur mesure. »

Pour cerner les besoins d'aide des industries créatives, l'expérience Wallonia European Creative District, menée en 2013, peut être intéressante. Cette année-là, la Région wallonne a été sélectionnée par la Commission européenne (avec la Toscane) pour accueillir un projet expérimental d'une durée de deux ans, consistant à mettre en place une sorte de laboratoire du développement d'un écosystème créatif, à grande échelle. Cette expérience, ainsi qu'un questionnaire diffusé par le département Industries créatives de Wallonie Design et ayant obtenu 141 réponses ont permis d'identifier les besoins prioritaires d'un tel écosystème. Ainsi, dans le haut de la liste se trouve le financement, 60 % des répondants déclarant avoir besoin d'accompagnement pour s'orienter vers les bonnes sources de financement en fonction du stade de leur projet. L'accès à des espaces de travail adaptés,

01. La formation proposée par l'Œuvre nationale de secours Grande-Duchesse Charlotte comprend quatre modules, soit plus de 40 heures, réparties sur 15 journées et sur trois mois, de façon à s'adapter à l'emploi du temps des artistes participants.

02. Le festival Sonic Visions, créé en 2008, couple un programme de concerts à une série de conférences sur des thèmes variés liés à la professionnalisation du secteur musical. L'ambition est d'attirer et de faire se rencontrer à la fois artistes et médias, managers, agents et organisateurs de concerts, luxembourgeois et internationaux, et de s'adresser à un public de tous horizons, professionnels, mélomanes et curieux.



Photo: Noah Fohr

02.

la mise en réseau et la création de collectifs de créatifs figurent également en bonne place parmi les besoins exprimés, ainsi que la nécessité d'être aidé pour la prospection et les contacts avec les clients, la gestion, la connaissance du marché et enfin la création d'outils marketing et de communication.

Il est à prévoir que le cluster luxembourgeois fera peu ou prou les mêmes constats. Ces besoins sont en effet très liés à la nature même des industries créatives.

### DES POINTS COMMUNS

En effet, malgré leur grande diversité, les industries créatives se distinguent néanmoins des autres domaines économiques par une série de spécificités. Elles ont pour la plupart une double nature économique et culturelle. Leur business model est donc influencé par cette double filiation. Certaines sont à l'origine de productions tangibles (le design d'objets, la mode...), mais beaucoup produisent plutôt de l'immatériel et, comme le remarque Philippe Robin, statisticien et économiste de la culture, « *contrairement à ce que pourrait laisser croire la dénomination du secteur, les entreprises actives dans les industries culturelles et créatives ne relèvent pas de l'industrie, mais bien des activités de services* ».

Dans le paysage des ICC, le point notable est la très grande majorité de TPE (très petites entreprises), voire de « TTPE », qui sont souvent constituées d'un seul créatif. Le salariat est loin d'être la norme du secteur et les revenus des créatifs sont souvent irréguliers, voire insuffisants, ce qui pousse certains à avoir plusieurs activités, l'une par passion créative, et l'autre, ou les autres, par nécessité de payer ses factures. La

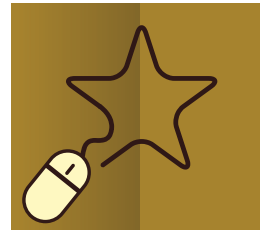
demande et les éventuelles futures commandes sont difficiles à anticiper car elles dépendent de l'évolution des goûts du public. « *Une commande peut être le résultat du coup de cœur d'un client ou des suites lointaines d'un projet qui a plu, à un moment donné, et qui a produit du bouche à oreille* », confirme Marc Lis.

La grande majorité des personnes qui travaillent par projets est également confrontée à un certain nomadisme, passant d'un lieu à un autre, le temps d'une mission, ce qui explique le besoin de lieux spécifiques, sortes de ports d'attache, où l'interactivité avec d'autres artistes est encouragée.

### RETOMBÉES À CHOIX MULTIPLES

Pourquoi est-il alors si urgent de s'intéresser à un secteur aussi parcellisé, non homogène, aux besoins quasi individuels ? Parce que les retombées du développement d'un tel domaine sont loin d'être négligeables, et pas seulement en termes financiers. On l'a vu, le secteur emploie du monde et crée de la richesse. Les chiffres d'Eurostat révèlent que le nombre d'entreprises culturelles et créatives atteint déjà un significatif 6,4 % du total des entreprises de services du continent européen (hors assurance et finance) et 5,3 % du chiffre d'affaires total des services (toujours hors assurance et finance). Cette dimension de dynamique économique justifierait donc à elle seule de soutenir le secteur, mais elle ne résume pas entièrement les retombées que l'on peut attendre des activités créatives.

Il y a aussi un lien très fort entre créativité et innovation. C'est l'une des raisons pour lesquelles le nouveau cluster trouve une place naturelle au sein de Luxinnovation, l'agence nationale pour la promo- ►



### Blog Award – Automne 2017

Les blogs constituent souvent un joli espace d'expression pour les créations en tout genre, qu'ils soient le fait des artistes eux-mêmes ou d'amateurs d'art de vivre, mettant leur plume au service du partage de bons plans sur la toile. Voyant la blogosphère luxembourgeoise se développer rapidement, le magazine de cuisine et d'art de vivre Kachen a décidé de créer le premier Blog Award du pays. Plusieurs catégories sont concernées : saveurs, santé / bien-être, do it yourself, voyage et design. En plus d'un jury professionnel (designer, photographe, journalistes...), le public est invité à voter en ligne jusqu'au 30 septembre. Plus d'informations : [www.blogaward.lu](http://www.blogaward.lu)



## Le Marché des créateurs – 9 et 10 décembre 2017

La première édition du Marché des créateurs s'est déroulée dans le cadre de Design City Luxembourg, lors de la création de cet événement en 2010. Depuis, le Mudam a accueilli 11 éditions de ce marché, qui a lieu désormais deux fois par an et qui réunit divers acteurs de la création contemporaine, issus du Luxembourg et de la Grande Région. On y trouve des objets inédits, des éditions limitées, du savoir-faire artisanal et une créativité diversifiée, choisis par un curateur qui change à chaque nouvelle édition.



01.

tion de la recherche et de l'innovation. Cette institution initie régulièrement des expériences de *cross-fertilisation* entre créatifs et secteurs économiques plus traditionnels : faire travailler ensemble des designers et des industriels, organiser des concours de créativité ou encore animer des séminaires pour encourager les démarches de créativité à l'intérieur de structures qui n'ont pas l'habitude d'intégrer cette dimension dans leurs processus.

Les artistes et les créateurs ont une propension naturelle à penser *out of the box*, ils manient les symboles avec aisance, ils ont une mentalité mettant en avant l'esprit d'équipe et de collaboration, ainsi que le respect du travail des autres. Tous ces réflexes sont très précieux dans les processus d'innovation. C'est ce que soulignait déjà la Commission européenne dans son *Livre vert* publié en 2010 sous le titre « Libérer le potentiel des industries culturelles et créatives » : « Si l'Europe veut rester compétitive dans un environnement mondial en constante évolution, elle doit mettre en place les conditions permettant à la créativité et à l'innovation de s'épanouir dans une nouvelle culture entrepreneuriale. » Le WEF (World Economic Forum) fait passer le même message dans une étude prospective sur les 10 compétences-clés qu'il faudra avoir pour réussir dans le monde de 2020, comparées à ce qu'elles étaient encore en 2015. La créativité passe ainsi du 10<sup>e</sup> au 3<sup>e</sup> rang.

Ainsi, les approches cross-sectorielles, transdisciplinaires ou d'hybridation qui caractérisent la démarche créative ne peuvent être que bénéfiques pour développer la capacité à innover. On peut par exemple supposer que le design a beaucoup à apporter au secteur de

la construction, l'art au tourisme, l'architecture aux technologies 3D ou encore le *digital design* aux secteurs reposant sur l'exploitation de bases de données.

Les industries créatives peuvent enfin être un vecteur très efficace de promotion ou de communication pour un territoire, quelle que soit l'échelle de celui-ci, pays, ville ou même quartier. En effet, il n'est pas rare d'observer un phénomène de « gentrification » d'un quartier autrefois délaissé, après avoir été investi par des artistes. Souvent, ce sont en effet les quartiers délaissés qui offrent les solutions immobilières les plus abordables, recherchées par les créatifs et les artistes. Ensuite, petit à petit, on voit revenir dans ces endroits des bars, des commerces, et des populations, attirées par l'animation et l'image « branchée » diffusée par les artistes.

### TERRITOIRES CRÉATIFS

C'est ce supplément d'attractivité que recherchent les nombreuses villes candidates pour intégrer le réseau Creative Cities Network de l'Unesco, lancé en 2004 avec l'argument « de faire de la créativité un levier de développement et d'imaginer des solutions nouvelles pour faire face à des défis communs ». Le réseau compte aujourd'hui 116 villes (dans 54 pays), que le site Internet de l'organisation mondiale recense sur une carte interactive. On peut ainsi visualiser en un clic les villes du monde reconnues pour le design, l'industrie du film, la musique ou encore les arts numériques. Un représentant de la ville de Kobé (Japon) témoigne ainsi : « La nomination de notre ville dans le réseau des villes de design est une source de fierté pour

Photo: Sven Becker / Mudam Luxembourg



02.

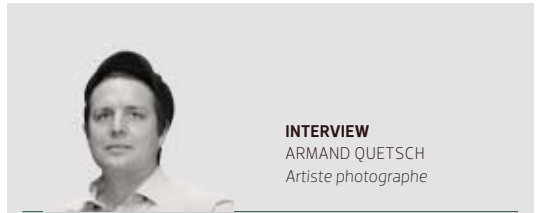
tous les habitants. Nous avons réussi à impliquer dans ce projet un nombre important de petites entreprises, mais aussi des jeunes, des seniors, des étudiants... » La démarche est donc ici source de cohésion sociale. C'est aussi le sens du témoignage d'un représentant de la ville suédoise d'Östersund : « Être reconnus sur cette plateforme internationale a abouti à une meilleure appréciation de nos propres atouts culturels. »

Plus près du Luxembourg, de nombreuses expériences montrent que le soutien aux industries créatives peut être porteur de résultats positifs. L'expérience menée en Wallonie, déjà évoquée, a permis de démontrer le rôle que peut jouer l'innovation au sens large, et tout particulièrement celle véhiculée par les industries créatives, dans la transformation d'une région de tradition industrielle. Axée sur le décloisonnement, la démarche Wallonia European Creative District a encouragé une nouvelle dynamique en maximisant les échanges entre industries créatives et secteurs industriels classiques, et en ouvrant des perspectives à l'international.

En France, la région Grand Lyon a initié dès le début des années 2000 un soutien coordonné aux industries créatives. La métropole recense aujourd'hui 17.000 talents dans son agglomération et encourage quelques secteurs précis : un pôle cinéma, audiovisuel, jeux vidéo, films d'animation et multimédia est rassemblé sous la bannière Imaginove ; Lyon Design regroupe pour sa part des designers, des écoles et des industriels ; le Village des créateurs s'adresse quant à lui aux acteurs de la mode et de la déco. Pour accompagner les industries du secteur créatif, la Ville propose encore des accompagnements ►

01. Pendant 12 mois, sous l'égide du ministère de la Culture, la galerie Beim Engel expose les créations d'artistes luxembourgeois. Chaque mois, une nouvelle thématique est abordée. Ainsi, les créations en verre de Pascale Seil (photo) étaient exposées au mois de juillet 2017 avec d'autres œuvres en verre et céramique. En septembre, ce seront des sculptures ; en octobre, c'est l'upcycling qui sera à l'honneur. Les expositions se succéderont ainsi jusqu'en mai 2018.

02. Le Marché des créateurs, organisé deux fois par an au sein du Mudam, est l'occasion pour les designers du Luxembourg et de la Grande Région de montrer et vendre leurs créations, mais aussi de se faire connaître auprès d'un public souvent venu d'au-delà les frontières, dans le cadre valorisant du musée.



INTERVIEW  
ARMAND QUETSCH  
Artiste photographe

## Les arts s'épanouissent indépendamment des intérêts commerciaux.

**Contrairement à la plupart des études universitaires, l'étude des beaux-arts ne garantit guère un revenu régulier. Comment assurez-vous votre gagne-pain, en tant qu'artiste ?**

« En tant que photographe, il m'importe de poursuivre mon travail artistique indépendamment de considérations commerciales. J'expose dans des musées et des centres culturels, ce qui en général est rémunéré. Bien sûr, cela ne suffit pas pour vivre, surtout si vous avez une famille. Au Luxembourg, il est courant que les artistes choisissent la profession d'enseignant afin d'assurer leurs revenus. Personnellement, je travaille comme photographe professionnel, par exemple dans le domaine de l'architecture, ou alors je pratique des petits boulots occasionnels. D'un côté, cela me procure une assez grande flexibilité pour mon travail artistique, mais d'un autre, cela crée aussi une grande incertitude financière.

**Après avoir vécu 10 ans à Bruxelles, vous avez décidé de rentrer à Luxembourg et d'en faire votre centre de vie et de travail. Comment voyez-vous la scène artistique locale et le marché de l'art ?**

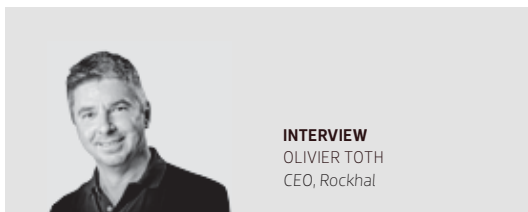
« Le Luxembourg dispose maintenant de galeries internationales bien développées, dont l'activité est principalement axée sur l'importation d'artistes étrangers. Quelques-unes des galeries commencent

à présenter le travail d'artistes luxembourgeois. Dans l'ensemble, la scène artistique locale reste cependant peu développée. Pour les artistes nationaux, ayant majoritairement étudié à l'étranger, il est conseillé de maintenir les contacts par-delà les frontières, étant donné que les opportunités au sein du Luxembourg restent limitées. De plus, le Luxembourg est un luxe pour les artistes indépendants en raison du coût de la vie et des loyers d'ateliers élevés.

**L'expression « industries créatives » regroupe les arts appliqués, le design, le graphisme, les médias, ainsi que les arts tels que la peinture, la sculpture, la photographie...**

**À votre avis, ces différentes catégories forment-elles une industrie homogène ?**

« Non, bien au contraire. À mon avis, il y a une grande différence entre les arts indépendants et les arts appliqués. Ces derniers dépendent de commandes et s'orientent vers le marché et la demande du client, alors que les premiers s'épanouissent indépendamment des intérêts commerciaux. Personnellement, je pense que les meilleures œuvres d'art sont souvent celles qui s'affranchissent du commerce et du marché. »



**INTERVIEW**  
OLIVIER TOTH  
CEO, Rockhal

“  
**Je suis confiant que les années à venir verront un développement d'envergure de la scène musicale luxembourgeoise.**  
”

**Quel regard portez-vous sur l'évolution de la scène musicale au Luxembourg ?**

« La scène musicale luxembourgeoise a toujours été très active et variée. Or, pendant longtemps, beaucoup d'artistes ont été enfermés dans un écosystème très local ne leur permettant pas d'être autosuffisants, à cause de la taille du pays. En créant entre autres le Sonic Visions (voir page 46), nous avons voulu développer l'esprit d'entreprise dans notre secteur et la compréhension de l'importance des réseaux internationaux pour le développement des artistes. Depuis plusieurs années, les artistes construisent leurs projets en se donnant une stratégie sur le long terme. Nous sommes satisfaits de voir que nombre de ces projets utilisent le tissu de partenaires et les opportunités que nous avons pu mettre en place, au Luxembourg et bien au-delà. Je suis confiant que les années à venir verront un développement d'envergure de la scène musicale luxembourgeoise.

**Est-ce que les besoins des artistes sont bien pris en compte ? Que manque-t-il ?**

« Le secteur de la musique a des spécificités qu'il faut connaître et maîtriser pour se lancer dans une carrière, en tant qu'artiste ou autre professionnel. On peut ainsi constater l'émergence de managers et la compréhension que leur rôle est essentiel pour le

développement de l'artiste. Nous avons organisé, pendant plusieurs années, des formations de managers d'artistes avant d'incorporer ces formations dans le contexte de Sonic Visions. Avec l'esprit start-up qui se développe davantage, nous travaillons aujourd'hui sur un programme de formations qui s'adresse à toute personne visant une profession dans l'industrie de la musique. Désormais, les artistes et musiciens sont prêts à se connecter avec l'écosystème entrepreneurial. De nombreux points restent à développer, dont des moyens de financement adaptés aux différentes étapes d'un projet artistique. Les business models devront s'adapter au numérique, qui présente d'innombrables opportunités, de promotion et de monétisation de l'activité artistique, sans négliger l'importance du support du public luxembourgeois.

**Comment allez-vous travailler avec le nouveau cluster des industries créatives ?**

« La Rockhal et notre Rocklab ont été parmi les premiers membres. Nous sommes d'avis que les activités du cluster vont bénéficier à l'ensemble des secteurs qu'il représente et nous sommes prêts à partager notre expérience avec cette nouvelle communauté de créatifs. »



01.

à la démarche entrepreneuriale et recense sur le portail Internet « Grand Lyon économie » tous les sites consacrés aux industries créatives et à leurs besoins, au sein de l'agglomération. La démarche est à relier à l'effort de *city branding* de la Ville, qui ne cache pas son ambition d'attirer des talents venus de tout le pays, y compris de Paris.

**BERLIN, CAPITALE DE LA CRÉATIVITÉ**

L'exemple de Berlin est également riche d'enseignements. Le tissu économique de cette ville a été profondément marqué par son histoire, celle d'une ville divisée et désindustrialisée qui, malgré la chute du mur qui la coupait en deux, a été privée de nombreux développements. L'essor espéré après 1989 n'ayant pas eu lieu, Berlin est devenue une aubaine pour les artistes, les créatifs et les start-up, qui y trouvaient facilement des espaces de vie et de travail peu chers, et ceci dans une capitale au centre de l'Europe.

Les jeunes ont conquis des stations de métro inutilisées, des usines abandonnées, des entrepôts désertés, dans lesquels ils pouvaient librement dérouler leurs idées créatives car les autorités, occupées ailleurs par d'autres priorités, leur laissaient le champ libre. Ces endroits ont été convertis en studios, restaurants, clubs et espaces de co-working.

Cette histoire unique couplée avec le dynamisme créatif et les initiatives des résidents ont fait de Berlin la capitale créative de l'Europe, et cette créativité s'est rapidement convertie en véritable « industrie ».

Aujourd'hui, 30.500 entreprises créatives de la région économique de Berlin-Brandebourg génèrent des ventes record de 15,6 milliards d'euros, ce qui équivaut à 6 % de l'ensemble des revenus du secteur privé dans la région, un chiffre comparable à celui du secteur de la construction. Avec un taux de croissance de 5 % par an depuis 2012, l'économie créative se développe

01. Au sein de la House of Entrepreneurship (14, rue Erasme, Luxembourg-Kirchberg), les entrepreneurs créatifs peuvent se faire aider par des conseillers pour toutes les questions liées aux démarches à faire en vue de leur établissement.

02. La plateforme de créations graphiques Envato est à la fois une bonne vitrine de la création contemporaine, mais aussi, à travers son blog business fait par des créatifs pour des créatifs, une source de trucs et astuces pragmatiques. Parmi les posts utiles pour les entrepreneurs créatifs : « Comment rester productif » ; « Comment capter l'attention des médias » ; « Comment augmenter ses revenus » ; « Les dangers du travail en solo » ; « Comment télétravailler efficacement »...

Photo : Pierre Guersing





02.

plus vite que l'économie globale de la région et plus rapidement que les industries culturelles et créatives du reste de l'Allemagne.

Maintenant que les industries créatives de Berlin ont atteint leur maturité, elles font face à de nombreux défis structurels. Si la région profite bien de la densité et de la diversité culturelles, de l'image à l'international et de la disponibilité de personnel spécialisé, elle connaît cependant une forte immigration, qui s'accompagne d'une hausse des prix locatifs. Les revenus, souvent assez bas dans l'industrie créative, ne peuvent plus suivre la nouvelle dynamique de la ville, ce qui pousse de nombreux créatifs vers une certaine précarité financière. Or, l'accès au financement reste difficile, qu'il s'agisse d'obtenir des aides publiques ou des prêts. Les banques répugnent à attribuer des microcrédits et les programmes d'aides publiques exigent des démarches administratives lourdes, difficiles à gérer par les très petites entreprises.

La Ville de Berlin, consciente du problème et décidée à soutenir un secteur ayant largement contribué à sa réputation, a décidé de proposer des solutions de financement public et de soutenir des initiatives de financement participatif. Elle a également mis en place un fonds de capital de croissance doté de 30 millions d'euros destiné aux industries créatives, dont la moitié provient de fonds publics, le reste étant le fruit d'investissements privés.

#### COMMENT FABRIQUER UN BUSINESS CRÉATIF ?

Les nombreux exemples développés plus haut montrent à quel point la dynamique des industries créatives peut servir à la fois la volonté du gouvernement luxembourgeois de diversifier l'économie et sa politique de *nation branding*. Mais concrètement, que faut-il savoir si l'on veut démarrer ou dévelop-

per une activité culturelle ou créative ? Pour exercer une activité commerciale au Luxembourg, quelle qu'elle soit, il faut disposer d'une autorisation d'établissement. Ceci est valable également pour la plupart des métiers créatifs, mais il est presque impossible d'exposer exhaustivement leurs obligations administratives, tant elles varient en fonction de chaque situation et métier, et ce sans même parler des mesures sociales en faveur des artistes professionnels, qui ne concernent pas tous les métiers créatifs. L'absence actuelle de statut unique pour les créatifs est un sujet qui a été identifié comme prioritaire lors du workshop d'artistes organisé avant le lancement du cluster et sur lequel les chambres professionnelles et les différents ministères concernés seront amenés à travailler.

À l'heure actuelle, tout entrepreneur qui souhaite commencer une activité indépendante doit d'abord vérifier qu'il a bien accès à la profession. En ce qui concerne les activités commerciales, artisanales et certaines professions libérales, une demande d'autorisation d'établissement adressée au ministère de l'Économie permet de le vérifier.

En fonction de l'activité, l'entrepreneur devra démontrer des qualifications de commerçant (ex. : développeur de jeux vidéo, galeriste...) ou d'artisan, plus restrictives et donc plus difficiles à remplir (ex. : styliste, photographe ou graphiste...). Dans certaines situations, les deux qualifications peuvent être requises. Ce sera le cas par exemple pour une agence de communication qui pourra concevoir un site web, activité commerciale, mais aussi imprimer des cartes de visite, activité artisanale.

L'exercice de certaines professions libérales requiert non seulement une autorisation d'établissement, mais également des qualifications spécifiques comme celles de l'architecte. Enfin, d'autres professions libérales ►



#### 16. Deutsch-Luxemburgische Wirtschaftskonferenz – 11. Dezember 2017 / Handelskammer Luxemburg

Gemeinsam mit deutschen und luxemburgischen Vertretern aus Wirtschaft und Politik wird im Rahmen der Konferenz über Maßnahmen zur Förderung von Kultur- und Kreativwirtschaft und die Schaffung von Synergieeffekten zwischen Kreativwirtschaft und klassischen Unternehmensbereichen diskutiert.



## « INTRO\_ » à la galerie Beim Engel – juin 2017 – mai 2018

Dans le cadre de ses actions de promotion de la créativité, en particulier de la scène culturelle émergente ainsi que des industries créatives et des métiers d'art, le ministère de la Culture organise de juin 2017 à mai 2018 le projet « INTRO\_ » à la galerie Korschthaus Beim Engel (1, rue de la Loge à Luxembourgville). Le principe est de présenter successivement 12 expositions thématiques faisant découvrir un large éventail de créations signées par des artistes / designers / créateurs / architectes luxembourgeois ou résidant au Luxembourg.

La galerie Korschthaus Beim Engel se transforme ainsi pendant un an en lieu d'échange entre le public et les créateurs, tout en permettant de promouvoir la diversité, l'excellence et la vivacité du secteur artistique. Pour chaque exposition, les artistes sont épaulés dans l'organisation par un curateur issu de leur secteur.



01.

non réglementées ne sont pas concernées par le droit d'établissement si elles sont exercées en nom propre. C'est le cas de nombreuses activités artistiques, comme les arts de la scène, par exemple.

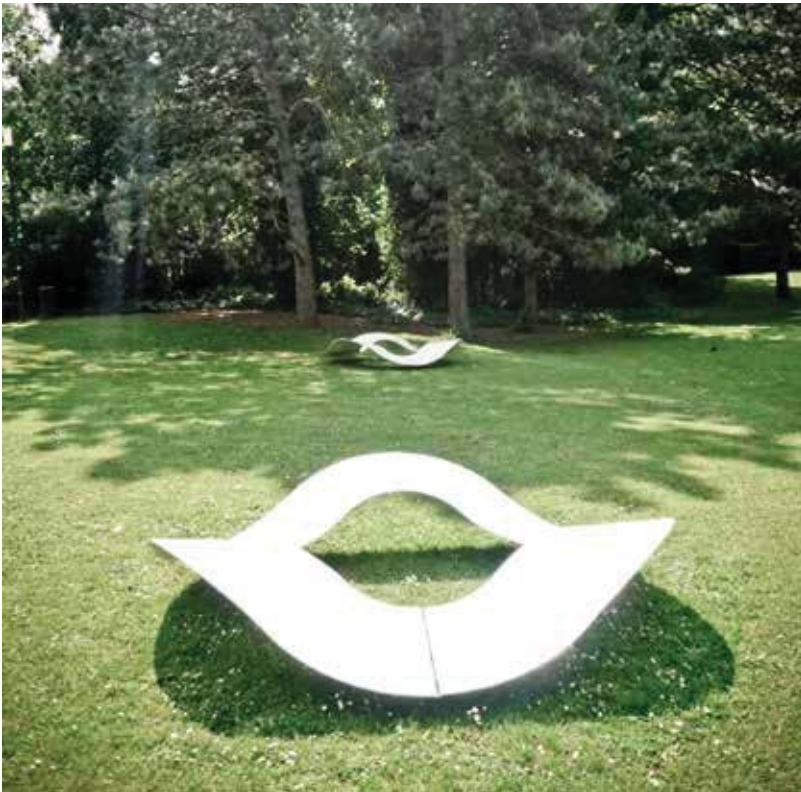
Il est donc souvent compliqué pour un artiste-entrepreneur de savoir dans quelle catégorie il tombe et quelles sont les qualifications requises. « À l'initiative de la Chambre de Commerce, la House of Entrepreneurship a été créée entre autres pour aider ces entrepreneurs à y voir plus clair dans l'imbroglio légal, tant sur les aspects d'autorisation d'établissement, que sur les démarches liées à l'immatriculation TVA, l'enregistrement auprès du Centre Commun de la Sécurité Sociale, les démarches à réaliser auprès du Registre du commerce et des sociétés... », rassure Tom Baumert, CEO de la House of Entrepreneurship.

Dans la réalité, les artistes sont souvent assez éloignés d'une logique entrepreneuriale. C'est pourquoi Cindy Tereba, missionnée au sein de la Chambre de Commerce pour suivre et analyser les besoins du secteur créatif, préconise d'offrir informations et formations au plus près des lieux fréquentés par les artistes : « Les personnes que nous visons ne fréquentent pas nécessairement la Chambre de Commerce. Si nous élaborons une offre de services pour les acteurs du secteur créatif, il faudra que nous allions la proposer directement dans les lieux dédiés à la création. Je pense aux espaces de co-working, aux incubateurs ou même aux écoles. L'information peut aussi passer par des pairs ayant déjà fait des démarches et ayant réussi à lancer une activité viable. »

### PRENDRE DU TEMPS POUR SE FORMER

Bien souvent, le talon d'Achille des créatifs se situe dans la sphère finance, vente, marketing. On comprend que

ces matières ne soient pas familières pour qui aime manier le crayon ou se produire sur scène. C'est pourquoi il peut s'avérer utile de s'octroyer du temps pour une formation dans ces domaines. Une initiative particulièrement intéressante a été lancée pour répondre spécifiquement à ce type de besoins. Il s'agit d'une formation, organisée deux fois par an par l'Œuvre nationale de secours Grande-Duchesse Charlotte, dans les locaux de nyuko. Sous l'intitulé « Formation interdisciplinaire pour les artistes et créatifs », elle propose des cours de droit (démarches administratives, cadre légal, propriété intellectuelle), gestion, communication, marketing et outils numériques, de manière à professionnaliser son activité, c'est-à-dire faire que celle-ci soit suffisamment rémunératrice pour devenir viable, en utilisant notamment des méthodes de gestion issues des entreprises. Les places sont très demandées et les candidats sont sélectionnés par l'Œuvre en fonction de leur dossier (pour plus d'informations : [www.oeuvre.lu/activites/formations](http://www.oeuvre.lu/activites/formations)). En dehors de ce programme sur mesure, il y a bien sûr la possibilité de suivre les formations dispensées par les organismes de formation continue. L'offre est très vaste au Luxembourg et le portail [www.lifelong-learning.lu](http://www.lifelong-learning.lu) peut s'avérer très utile pour les recherches spécifiques. Il est ainsi possible d'apprendre à identifier ses coûts et à fixer un prix pour ses produits ou prestations, ainsi qu'à les facturer. Ce point est crucial car la nature même des activités créatives fait qu'il est difficile de valoriser le temps nécessaire à l'élaboration des idées, à la recherche et à l'expérimentation. Il s'agit d'un travail invisible pour le client, mais qui ne peut pas être gratuit. C'est un savoir-faire qui



**01.** L'atelier de Tine Krumhorn au sein de l'espace 1535° à Differdange. Ce hub créatif répond parfaitement au besoin des artistes de se regrouper dans des espaces collectifs, pour rompre la solitude du travailleur indépendant et partager des infrastructures.

**02.** La première manifestation Design City, initiative conjointe du Mudam et de la Ville de Luxembourg, s'est déroulée en 2010. Depuis, il y a eu trois autres éditions de cette exposition géante qui met les habitants et visiteurs de la ville de Luxembourg en contact avec plusieurs facettes du design dans l'espace public. Prochain rendez-vous en 2018.

Photo : Design City

**02.**

doit trouver sa juste rémunération. Se former à la propriété intellectuelle relève un peu de la même démarche. Les artistes doivent apprendre à protéger leurs créations, même dans ce qu'elles ont de plus immatériel. Enfin, il faut apprendre à cibler ses clients, y compris à l'étranger. La créativité se vend et s'exporte bien, mais il faut savoir quels marchés cibler, quelles foires fréquenter ou quelle plateforme web (Envato, Behance...) sera la plus adaptée pour vendre ses créations.

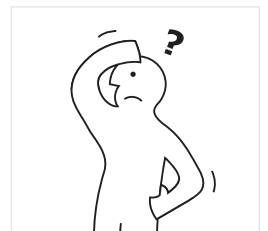
#### LE FINANCEMENT EST LE NERF DE LA GUERRE

Les besoins en financement des industries créatives sont parfois plus modestes que ceux qui ont cours dans d'autres branches. Malgré tout, les créatifs se heurtent bien souvent à la rareté des solutions de micro-financement au Luxembourg. Un vide en partie comblé par la création récente de Microlux ([www.microlux.lu](http://www.microlux.lu)), à l'initiative de la banque BGL, d'ADA (Appui au développement autonome), du Fonds européen d'investissement et de l'Adie (Association pour le droit à l'initiative économique). Pour y voir plus clair parmi les aides et les financements publics et privés qui peuvent exister, un rendez-vous à la House of Entrepreneurship - One-Stop Shop, structure co-créée par la Chambre de Commerce et qui rassemble sous un même toit les acteurs de l'aide à l'entrepreneuriat, peut s'avérer utile.

Le rapport *Le soutien aux industries créatives*, rédigé dans la foulée de Wallonia European Creative District,

fait le constat de la difficulté à accéder aux financements privés pour les industries créatives. Cependant, toutes ne font pas face aux mêmes difficultés. Sans surprise, les investisseurs se montrent plus enclins à financer des projets qu'ils estiment profitables en termes de croissance et de retour sur investissement, par exemple les films, médias, jeux et services créatifs numériques. Le rapport comprend un volet *benchmarking* qui passe au crible 96 dispositifs de financement et d'aides, dans 17 territoires (dans et hors de l'Europe). On voit ainsi que le soutien financier aux créatifs peut prendre des formes très diverses, voire innovantes : microcrédits, avances remboursables, garanties d'emprunt, commandes publiques, prix et concours, mentoring...

« *Le créatif qui souhaite transformer sa passion en activité économiquement viable doit prendre une multitude de décisions stratégiques, comme tout entrepreneur* », explique Marc Lis. *Depuis le lancement du cluster, j'ai déjà pu opérer une vingtaine de mises en relation, que ce soit pour des membres qui cherchaient un partenaire, un contact dans un autre cluster ou à l'étranger. C'est bien, mais je souhaite passer très vite à la vitesse supérieure en organisant des événements sur mesure et en créant cette fameuse plateforme-répertoire des talents luxembourgeois qui servira à la fois de vitrine et d'espace d'échange entre créatifs. Je souhaite également faire du bruit autour des industries créatives, qu'elles rayonnent et soient reconnues à leur juste valeur, et bien sûr contribuer à faire avancer la réflexion sur le statut du créatif.* » ●



#### Kreätviti Proöcess

Retrouvez dans le poster détachable en fin de magazine, tout ce que vous avez toujours voulu savoir pour booster votre créativité, sans jamais oser le demander.