

# FONDS DOCUMENTAIRE

Mise à jour : décembre 2008

ART GRAPHISME DESIGN AUDIOVISUEL LIVRE SPECTACLE VIVANT  
COMMUNICATION DROIT GESTION FINANCEMENT MECENAT  
POLITIQUE CULTURELLES ECONOMIE EUROPE AUTRES

## ART, GRAPHISME, DESIGN

p. 3

### ABONNEMENTS : Revue 303, ETAPES

Droit du marché de l'art 2007/2008, *Dalloz*, 2007

Guide juridique et fiscal de l'artiste et de l'entreprise artistique, *V. Chambaud, Dunod*, 2007

Guide des marchés publics du design graphique, *C. Capo-Chichi, Pyramid*, 2007

Guide du graphiste indépendant, *C. Capo-Chichi, Pyramid*, 2006

Artiste indépendant Plasticien, auteur ..., *APCE*, 2006

Azimuths n°29, *Cité du Design, St Etienne*

Guide pratique du design à l'usage des entreprises et des collectivités, *Cité du Design, St Etienne*

Espace Inspiration, Design horticole – Book prototypes 2007, *Salon du Végétal*

Espace Inspiration, Design horticole – Book prototypes 2008, *Salon du Végétal*

## AUDIOVISUEL

p. 5

Contrats de l'audiovisuel, *B. Montels, Litec*, 2007

Les aides au financement, *J-P. Fougea, P. Rogard, Dixit*, 2008

Guide Kodak du jeune cinéaste - 2007/2008, *collectif Kodak, Scope*, 2007

## LIVRE

p. 6

Safelivre - Guide des salons et fêtes du livre, *A. Muriel, l'Oie Plate*, 2007

Pour l'édition indépendante, *Association l'autre livre*, 2005

Guide pratique d'édition, *Y. Le Chevalier, Pyramid*, 2007

## SPECTACLE VIVANT

p. 7

### ABONNEMENTS : La Scène, La Lettre du Spectacle, Revue AS

Le Piccolo 2008-2009, *La Scène*, 2008

Guide de la musique 2008, *Collectif, Jiga*, 2007

Book Technique du Spectacle 2007/2008, *AS*, 2007

Textes de référence du spectacle vivant, *La Scène*, 2007

Guide annuaire du spectacle vivant 2007, *Collectif, CNT*

Répertoire des compagnies chorégraphiques françaises, *CND*, 2008

## COMMUNICATION, DROIT, GESTION ...

p. 8

### ABONNEMENT : La Lettre de l'entreprise culturelle (CAGEC)

Guide pratique du droit d'auteur, *A-L. Stérin, Maxima*, 2007

Conception, management et communication d'un projet culturel, *Territorial Editions*, 2006

Le guide des intermittents du spectacle, *La Scène*, 2007

Entreprendre en solo, *C. Flé, Eyrolles*, 2007

Les nouvelles organisations du travail dans les secteurs culturels - Les Clefs, *INNEF*, 2008

Art et Management – du fantasme à la réalité, *Hélène Mugnier, Editions Demos*, 2007

Construire un business plan pour la première fois, *J-B. Tournier, Ed. d'Organisation*, 2007

Laissez-vous conter les objectifs (Méthode du Tableau de Bord Prospectif), *Ministère de la Culture*

Le Guide de l'éco-communication, ADEME, Ed. d'Organisation, 2007  
Guide des Eco-manifestations en Poitou-charentes, ADEME et Région Poitou-Charentes, 2007

**FINANCEMENT, MECENAT** p. 10

Ce qui motive les entreprises mécènes, V. Seghers, Autrement, 2007  
Répertoire du mécénat d'entreprise 2007, ADMICAL, 2007  
Le financement de la culture, Economica, 2007  
Le Mécénat, acteur du développement culturel et artistique, Ministère de la Culture, février 2006  
Un nouvel élan pour le mécénat culturel (loi du 1<sup>er</sup> août 2003)

**POLITIQUES CULTURELLES, ECONOMIE** p. 11

La création artistique face aux nouvelles technologies, Klincksieck, 2006  
La Culture pour qui ? J-C. Wallach, Ed. de l'Attribut, 2006  
Vous avez dit musées ? L. Gervereau, CNRS éd., 2006  
Création et diversité au miroir des Industries Culturelles, X. Greffe, La Documentation Française, 2006  
Les industries culturelles face aux défis de la gratuité, La Documentation Française, 2008  
Contre-lettre de mission adressée à Christine Albanel, L'Oiseau rare et les Editions de l'Attribut, 2007

**EUROPE / LANGUES ETRANGERES** p. 13

Valeurs et cultures en Europe, O. Galland, Y. Lemel, La Découverte, 2007  
Les dérèglements de l'exception culturelle : plaidoyer pour une perspective européenne, F. Benhamou, Ed. du Seuil, 2006  
Le programme Culture de l'Union Européenne (2007-2013), exemples de projets  
Read This First, Growth and Development of Creative SMEs, CMKBU, 2007  
Hello Creative World – entrepreneurship in arts education, CMKBU, 2008  
T-shirts and Suits, A guide to the business of creativity, D.Parrish, ACME, 2005  
Cultural entrepreneurship, on the freedom to create art and the freedom of enterprise, Prof. Dr. Giep Hagoort, Utrecht School of Art, 6 juin 2006  
MyCreativity Reader – a critique of creative industries, Geert Lovink, Ned Rossiter, Institute of network cultures, 2007  
Creative Guide – Eindhoven Region 2008, [www.creativeguide.nl](http://www.creativeguide.nl), 2008

**AUTRES** p. 14

Les métiers de la création, Studyrama, 2007

**Voir aussi nos classeurs thématiques :**

- > Art et entreprise
- > Art et développement durable
- > *Création et développement d'activités (mutualisation, économie sociale et solidaire, etc.- en cours de réalisation)*
- > *Europe et Réseaux (en cours de réalisation)*
- > *Arts-Graphisme, Audiovisuel, Livre, Spectacle vivant (en cours de réalisation)*
- > *Politique et économie culturelle (en cours de réalisation)*

Nous sommes progressivement en train d'alimenter notre fonds documentaire, n'hésitez pas à nous faire part de vos suggestions !

**ART, GRAPHISME****DROIT DU MARCHÉ DE L'ART 2007/2008**

Daloz

2007, 728 p.

*La loi du 23 juin 2006 a apporté de nouvelles modifications à la réglementation des ventes publiques aux enchères. Celle-ci avait déjà été profondément réformée par les lois du 11 février 2004 et du 10 juillet 2000 et ses décrets d'application du 19 juillet 2001. La mise en application de ces réformes et les difficultés qu'elles ont pu entraîner constituent l'un des thèmes majeurs de cet ouvrage.*

*Des développements nouveaux enrichissent ce livre, notamment un titre entier consacré aux droits des artistes : qualité d'auteur, liberté créatrice, respect dû à l'œuvre d'art, relations contractuelles avec les marchands, droits moraux et patrimoniaux. Une large place est consacrée à la jurisprudence. Depuis quelques années se dessine une ligne directrice constante : protéger de plus en plus efficacement acheteurs et vendeurs selon les cas. En l'absence d'une loi particulière, les juges font appel à des textes généraux auxquels ils donnent parfois une signification nouvelle.*

*L'exposé présente l'ensemble des activités du marché de l'art : ventes en galerie, expertises, publication des catalogues raisonnés des œuvres des artistes. Il décrit le statut juridique des différents professionnels qui achètent et vendent des biens culturels : antiquaires, marchands de tableaux, experts, et précise les règles légales et jurisprudentielles applicables aux droits et obligations de chacun d'entre eux. Il traite également du rôle des artistes et de leurs héritiers, dont l'intervention, fréquente sur le marché, vise à garantir ou à contester l'authenticité de certaines œuvres.*

**GUIDE JURIDIQUE ET FISCAL DE L'ARTISTE ET DE L'ENTREPRISE ARTISTIQUE**

Véronique Chambaud

Dunod

2007, 272 p.

*Ce guide s'adresse aux artistes professionnels ou amateurs qui souhaitent profiter de leur passion et vivre de leur vocation grâce à une solide organisation et une bonne gestion. Il réunit toutes les informations utiles concernant ce qu'ils doivent savoir pour s'installer, vendre, tirer parti de la législation, s'entourer de professionnels et se protéger. Cette 3e édition, entièrement actualisée, montre les moyens dont dispose un artiste pour se faire connaître. Elle s'enrichit d'un carnet d'adresses utiles et de nombreux exemples d'artistes ayant mis leur créativité à l'abri de choix juridiques et fiscaux pertinents.*

Sommaire :

*Déterminez quel artiste vous êtes. Organisez votre installation. Réussissez la promotion de votre art. Vendez vos œuvres. Connaissez les impôts à payer sur votre activité. Déterminez votre régime social. Protégez votre création. Sachez bien vous entourer. Utilisez la fiscalité de l'amateur d'art. Développez votre activité artistique. Conclusion. Annexes pratiques.*

Public :

*Artistes ; Artisans d'art ; Marchands d'art ; Galeries.*

**GUIDE DES MARCHÉS PUBLICS DU DESIGN GRAPHIQUE**

C. Capo-Chichi

Pyramyd

2007, 124 p.

*Le Guide des marchés publics du design graphique donne les clés pour comprendre une procédure généralement complexe, souvent source de conflits ou d'incompréhensions entre commanditaires et créateurs : la commande publique. Il déchiffre, point par point, les principes de fonctionnement des marchés publics, détaille les intervenants et les règles, et aborde les questions les plus fréquemment posées lors des échanges entre les différentes parties. L'objectif est de permettre aux professionnels de la création de saisir ce que le Code des marchés publics engendre pour leurs métiers, et aux commanditaires de diffuser des appels à concurrence assurant une collaboration optimale et respectueuse. Un outil clair et pédagogique, indispensable pour lancer un marché public ou y répondre.*

**GUIDE DU GRAPHISTE INDEPENDANT**

C. Capo-Chichi

Pyramyd

2006, 128 p.

*Premier guide entièrement consacré au statut de graphiste indépendant, cet ouvrage réunit Les connaissances indispensables en matière de statut social, de gestion financière, de fiscalité, de droits d'auteur, etc. Précis, ponctué d'interviews, de données chiffrées et d'adresses utiles, il livre aussi des conseils pratiques et des astuces pour trouver un atelier, démarcher ses clients, présenter son travail, le valoriser et fixer sa rémunération. Ce guide a pour ambition d'accompagner dans leurs démarches et leur quotidien les graphistes qui veulent se lancer en solo.*

**ARTISTE INDEPENDANT PLASTICIEN, AUTEUR ...**

APCE

2006, 30 p.

*Multiplier les contacts et les relations publiques revêt une importance capitale afin de convaincre l'ensemble des circuits de diffusion et leurs animateurs. Enfin, ceux qui arrivent à vivre essentiellement grâce à la vente de leurs œuvres bénéficient du statut privilégié d'artiste auteur avec affiliation à l'AGESSA ou la MDA, Maison des Artistes.*

*Réalisées avec le concours des organisations professionnelles, des administrations et des centres techniques concernés, les Fiches Professionnelles constituent un outil irremplaçable d'analyse de métiers et de secteurs d'activité. Elles sont destinées aux créateurs et aux repreneurs d'entreprises, à tous les professionnels de l'accueil, de l'orientation et du conseil aux créateurs d'entreprises, et à tous ceux qui observent et étudient les marchés et leur évolution.*

*Au sommaire : Définition de la profession, Des éléments pour une étude de marché, Les moyens nécessaires pour démarrer l'activité, Les éléments financiers, Les règles de la profession, Contacts et sources d'information, Bibliographie*

**AZIMUTS N°29 (CITE DU DESIGN, ST ETIENNE)**

**GUIDE PRATIQUE DU DESIGN A L'USAGE DES ENTREPRISES ET DES COLLECTIVITES (CITE DU DESIGN, ST ETIENNE)**

**ESPACE INSPIRATION, DESIGN HORTICOLE – BOOK PROTOTYPES 2007**

Salon du Végétal

2007, 15 p.

*Chaque année, le Salon du Végétal propose au travers du design industriel des visions originales des plantes. Pour sa 5<sup>e</sup> année, l'Espace Inspiration expose et met en scène les réflexions et les réalisations d'une trentaine de jeunes designers autour du thème « Les plantes mobiles ».*

**ESPACE INSPIRATION, DESIGN HORTICOLE – BOOK PROTOTYPES 2008**

Salon du Végétal

2008, 15 p.

*Sur le stand Espace Inspiration de jeunes designers exposent des prototypes mettant en scène les plantes de façon innovante. Cette année, place aux émotions ! Quatre registres sont abordés : la séduction, l'évasion, le ludisme et la gourmandise.*

**AUDIOVISUEL****CONTRATS DE L'AUDIOVISUEL**

Benjamin Montels

Litec

2007, 340 p.

*Le droit de l'audiovisuel est une matière pluridisciplinaire, régie par le droit d'auteur, le droit public de la communication, le droit de la concurrence, sans oublier le droit commun des contrats. Le présent ouvrage propose une synthèse de ces diverses réglementations à travers l'étude, clause par clause, des contrats de production et de diffusion (télévision, VOD, vidéo).*

*Il s'organise pour cela en trois parties : la titularité des droits (auteurs, producteurs, droits cédés, durée, exclusivité), la rémunération (proportionnelle à l'exploitation, minimum garanti, prime de commande, modalités de paiement, prix d'achat des diffuseurs) et la protection des droits (droit à la vie privée, droit à l'image, obligation d'exploitation, garantie d'éviction, règlement des litiges).*

*Cet ouvrage est destiné aux étudiants et aux universitaires, mais aussi aux praticiens du droit (avocats, juristes d'entreprises, magistrats) et aux professionnels de l'audiovisuel. Il regroupe, en effet, l'ensemble de la documentation utile à leur activité : contrats-types, dispositions législatives (à jour de la loi DADVSI du 1er août 2006), grands arrêts et accords collectifs les plus récents.*

**LES AIDES AU FINANCEMENT**

Cinéma - Télévision - Vidéo - Multimédia / Régionales - Nationales - Européennes – Internationales

Jean-Pierre Fougea, Pascal Rogard

Dixit

2008, 290 p.

*Cet ouvrage présente les mécanismes de soutien et de financement publics ou privés, français ou communautaires, à disposition des professionnels de l'audiovisuel.*

**GUIDE KODAK DU JEUNE CINEASTE - 2007/2008**

Collectif Kodak

Scope

mars 2007, 344 p.

*Depuis quinze ans, Le Guide Kodak du jeune cinéaste est l'outil de référence des nouvelles générations de réalisateurs, de scénaristes et de producteurs. Ouvrage indispensable pour mener à bien un projet de court métrage, ou un premier long métrage, le Guide réunit l'ensemble des informations (aides, sociétés de production, prestataires techniques, espaces de diffusion, etc.) et des contacts utiles au professionnel, jeune ou confirmé.*

**LIVRE****SAFELIVRE - GUIDE DES SALONS ET FETES DU LIVRE**

André Muriel

l'Oie plate

juillet 2007, 304 p.

*L'Oie plate publie un nouveau Guide des salons et des fêtes du livre avec un minimum de 508 manifestations.*

*Vous êtes éditeur : que vous soyez éditeur indépendant ou non, Safêlivre vous permet 2 choses : participer directement à quelques salons dans l'année et envoyer un maximum de vos auteurs dédicacer dans les salons.*

*Vous êtes auteur autoédité : pouvoir sélectionner une demi-douzaine de salons dans l'année s'avérera profitable tant pour les ventes que pour votre communication. Safêlivre le permet.*

*Vous êtes auteur, dessinateur, spécialiste d'un sujet : Safêlivre vous servira à contacter les organisateurs en vue d'une invitation, d'une dédicace, d'une collaboration, un débat ou une intervention en milieu scolaire.*

*Vous cherchez un éditeur : Sans vouloir "fourguer" votre tapuscrit à tout prix (ce qui constitue une faute), la fréquentation assidue de quelques salons, l'échange de point de vue avec les éditeurs présents ménage des ouvertures pour l'avenir de vos textes."*

**POUR L'ÉDITION INDEPENDANTE**

2005

**GUIDE PRATIQUE D'ÉDITION**

Yann Le Chevalier

Pyramyd

2007

*Que vous soyez professionnel, ou non, difficile d'appréhender toutes les questions relatives à l'édition de presse : des obligations légales à la maquette, de la correction à la fabrication... Conçu comme un manuel pratique à l'attention de toute personne désirant communiquer sur un support papier, cet ouvrage aborde toutes les facettes de l'édition de presse : aspects juridiques, économiques, rédactionnels, techniques, et propose une méthodologie pour entreprendre un travail d'édition alliant efficacité et qualité.*

*Ce guide a pour ambition d'accompagner pas à pas tous les éditeurs amateurs ou professionnels qui désirent se lancer dans la réalisation d'un magazine.*

**SPECTACLE VIVANT****LE PICCOLO 2008-2009**

La Scène

2008, 514 p.

*Enfin un guide-annuaire jeune public ! Le Piccolo est une source d'information unique pour les professionnels du monde culturel et du secteur éducatif. Premier guide-annuaire du spectacle jeune public, le Piccolo constitue une mine de contacts et d'adresses utiles : organismes partenaires du jeune public, centres de ressources, programmateurs de spectacles pour enfants, artistes jeune public, portraits de professionnels, éditeurs et auteurs... Retrouvez des fiches détaillées pour chaque structure, un état des lieux du jeune public en France, et un index complet pour mieux se repérer. Un outil de travail sans équivalent, pour mieux connaître le secteur du spectacle pour enfants, et cibler ses contacts...*

**GUIDE DE LA MUSIQUE 2008**

COLLECTIF

Jigal

sept. 2007, 1032 p.

*Un guide-annuaire de contacts professionnel du showbiz, du disque et du spectacle vivant ! Label, éditeur, producteur, artiste, avocat, presse, importateur d'instrument, salle, studio, organisme, et bien d'autres rubriques... Ne cherchez plus ... : téléphone, adresse, référence, organigramme, site Internet, MSN.*

*Des fiches régulièrement réactualisées, un supplément gratuit avec tous les sites et emails des professionnels de la musique, un site Internet référençant plus de 15 000 sites « Musique.*

*25 000 contacts et adresses, 50 rubriques, soit 1 000 pages et en supplément gratuit : l'annuaire de tous les sites Web et email des professionnels de la musique !*

**BOOK TECHNIQUE DU SPECTACLE 2007/2008****« L'outil pour l'équipement des spectacles, des événements et des expositions »**

AS

2007, 150 p.

*Annuaire réunissant toutes les sociétés et tous les produits de la filière nationale et européenne des métiers techniques du spectacle.*

*Ce répertoire regroupe plus de 21 000 produits et 3 600 sociétés du spectacle vivant, de l'événement et de l'exposition.*

*Il s'organise en 12 chapitres indépendants : La formation, La Maîtrise d'œuvre, Le scénique, Les matériaux industriels, Les prestataires de services, L'éclairage, L'audio, La production technique, Les métiers de la scène, La sécurité, Les salons et les associations, Index général*

**TEXTES DE REFERENCE DU SPECTACLE VIVANT**

La Scène

sept 2007, 660 p.

*Tous les textes réglementaires applicables au secteur du spectacle vivant : droit social, droit fiscal, propriété intellectuelle, sécurité, billetterie, activité d'entrepreneur de spectacles, mécénat...*

*Ce guide de référence, réalisé avec le Prodiss, regroupe les principaux textes juridiques : lois, décrets, arrêtés, ainsi que les circulaires administratives et accords interprofessionnels essentiels.*

*Retrouvez également dans cet ouvrage complet des dizaines de courriers qui apportent des réponses officielles de l'Administration.*

*Une source d'information et de documentation indispensable pour les professionnels du spectacle qui souhaitent avoir des repères juridiques fiables. "*

**GUIDE ANNUAIRE DU SPECTACLE VIVANT 2007**

COLLECTIF

CNT

2006, 896 p.

*Ce guide présente l'essentiel des informations juridiques et pratiques nécessaires à la mise en œuvre de projets dans le secteur des arts de la scène ainsi qu'un exemple de production commentée. Tous les actes fondamentaux de la vie d'une structure y sont détaillés : de sa création à l'emploi de salariés, en passant par les droits d'auteur, les aides, les licences, les contrats de production et de diffusion, la circulation internationale des spectacles...*

*Une partie Annuaire recense quant à elle plus de 15 000 contacts (lieux et intervenants) composant le tissu professionnel du spectacle vivant : structures de création, de production et de diffusion, équipes administratives, centres de ressources, partenaires publics...*

**REPERTOIRE DES COMPAGNIES CHOREGRAPHIQUES FRANCAISES**

CND

2008, 200 p.

*Cette huitième édition présente 514 compagnies qui ont créé et diffusé leurs œuvres en 2007.*

## COMMUNICATION, DROIT, GESTION

### GUIDE PRATIQUE DU DROIT D'AUTEUR

Anne-Laure Stérin

Maxima

2007, 540 p.

*Combien de lignes de texte peut-on citer ? Où trouver des photos gratuites ? Quels sont les changements apportés par la loi DADVSI ? Complet, ce guide conçu comme un outil de référence, apporte des réponses concrètes aux questions des professionnels et des créateurs dans leur travail quotidien.*

### CONCEPTION, MANAGEMENT ET COMMUNICATION D'UN PROJET CULTUREL

Paul RASSE

Territorial éditions

2006, 105 p.

*Le concept de projet occupe une place importante au sein de la littérature managériale. Curieusement, dans le champ de la culture, secteur d'activité en plein essor si l'on en juge par la croissance des budgets que lui consacrent les collectivités, il n'existait pas jusqu'à aujourd'hui d'ouvrage qui lui soit consacré.*

*Cet ouvrage fait plus que de combler un vide ; en conjuguant théorie et pratique, au travers du prisme des méthodes de projet, il analyse la dynamique du développement culturel pour y lire les grandes mutations en jeu. C'est aussi un manuel à l'usage des professionnels de la culture, pour les aider à réfléchir à leurs pratiques et mieux les défendre, comme de ceux qui envisagent de s'y engager, de se lancer dans la conception et le management de projets, ou encore, sur le versant des politiques culturelles, de piloter des appels d'offres, de susciter et d'évaluer des demandes de financement public.*

*Par Paul RASSE, professeur des universités, directeur du laboratoire des sciences de l'information et de la communication.*

### LE GUIDE DES INTERMITTENTS DU SPECTACLE

#### Cinéma, audiovisuel, spectacle vivant

La Scène

2007, 332 p.

*Le guide pratique et utile pour votre vie professionnelle d'intermittent : assurance chômage, sécurité sociale, prestations familiales, Audiens, Congés Spectacles, Afdas, contrats et durée du travail. Avec également tous les minima syndicaux et conventionnels, la nouvelle grille de calcul des allocations Assedic et les textes à connaître.*

*Retrouvez également dans la nouvelle édition du Guide des intermittents du spectacle le texte des annexes 8 et 10, et des modèles de courriers pour défendre vos droits.*

*Un guide de référence pour les intermittents du spectacle et les employeurs.*

### ENTREPRENDRE EN SOLO

Cécile Flé

Eyrolles

2007, 314 p.

*Vous avez une idée, des compétences, un projet, et vous ne voulez plus les laisser enfermés dans la boîte à rêves ?*

*Vous souhaitez participer et vous investir dans une économie plus solidaire, plus durable et plus juste ?*

*Entreprendre en solo y répond et vous soutient, tant sur les démarches administratives, sur la recherche de financements que sur l'élaboration de votre projet.*

### LES NOUVELLES ORGANISATIONS DU TRAVAIL DANS LES SECTEURS CULTURELS

#### - LES CLEFS

INNEF (Institut National des Nouvelles Formes d'Emploi)

2008, 44 p.

*Ce guide a pour objet de présenter les différents modes qui constituent les nouvelles organisations du travail dans le secteur culturel. On peut ainsi distinguer deux types d'organisations, celles qui relèvent de mutualisations et celles qui relèvent de la coopération. Ces nouvelles formes viennent renforcer un ensemble de réponses possibles pour le développement de structures et de projets culturels.*

### ART ET MANAGEMENT – DU FANTASME A LA REALITE

Hélène Mugnier

Editions Demos

2007, 180 p.

*Dans Art et Management, Hélène Mugnier présente de manière concrète ces interactions croissantes et fructueuses entre l'art et l'entreprise, mettant un terme au cliché tenace qui les oppose.*

**CONSTRUIRE UN BUSINESS PLAN POUR LA PREMIERE FOIS**

Jean-Baptiste Tournier

Editions d'Organisation

déc. 2007, 130 p.

*Outil indispensable du créateur/repreneur d'entreprise, le business plan permet d'élaborer, de présenter et de faire valider la stratégie d'une société.*

*Tout entrepreneur peut être amené à rédiger un business plan, lors d'un moment clé de la vie de sa société.*

*Ciblant les partenaires internes et externes, ce support de communication :*

- explique les objectifs et pose la méthode ;
- démontre la cohérence de la stratégie proposée ;
- valide la faisabilité technique et financière de cette stratégie.

*Indispensable pour obtenir des financements bancaires ou des investissements de sociétés de capital-risque, il différencie l'entreprise de la concurrence et met en valeur ses atouts. Il répond, au final, à toutes les questions des cibles clés d'un projet stratégique.*

**LAISSEZ-VOUS CONTER LES OBJECTIFS (METHODE DU TABLEAU DE BORD PROSPECTIF)**

Ministère de la Culture (Ville et Pays d'Art et d'Histoire)

*Le guide contient une méthode et des exemples permettant aisément de construire un plan d'action stratégique s'articulant autour d'un outil particulier : le Tableau de Bord Prospectif.*

**LE GUIDE DE L'ÉCO-COMMUNICATION - POUR UNE COMMUNICATION PLUS RESPONSABLE**

ADEME, Editions d'Organisation

2007, 219 p.

*Pourquoi intégrer le développement durable aux actions de communication ? Comment éco-concevoir tous les supports de communication ? Quelle démarche adopter pour rendre les manifestations événementielles éco-responsables ? Comment inscrire cette démarche dans la durée, puis la valoriser ? Dans cet ouvrage, l'ADEME apporte des réponses concrètes et argumentées à toutes ces questions. Fort de témoignages de professionnels de la communication, du privé comme du public, cet ouvrage propose de nombreux conseils, astuces et outils et présente des exemples pratiques, sans oublier des pistes de questions à se poser avant, pendant et à l'issue de toute démarche.*

**GUIDE DES ECO-MANIFESTATIONS EN POITOU-CHARENTES**

ADEME, Région Poitou-Charentes

2007, 36 p.

*Pour concilier l'organisation d'une manifestation et le respect de l'environnement.*

**FINANCEMENT, MECENAT****CE QUI MOTIVE LES ENTREPRISES MECENES**

Virginie Seghers

Autrement

avril 2007, 298 p.

*Les multiples acteurs de la société civile, porteurs de projets culturels ou sociaux, sont plus que jamais en quête de partenaires qui les accompagnent et les soutiennent, alors que l'État et les collectivités ne peuvent plus assumer seuls le financement de l'intérêt général. Parallèlement, les entreprises, souvent impliquées dans des actions philanthropiques, se posent aujourd'hui la question plus large de leur "responsabilité sociale". Quels projets peuvent mériter leur engagement et leur investissement, renforcer leur identité et leur rayonnement, mobiliser leurs équipes, souligner les valeurs qui les animent ?*

*Pour la première fois, une enquête met en scène tous les acteurs concernés : entreprises, artistes, associations, ONG, salariés, syndicats, agences de notation, État, collectivités locales, journalistes...*

*Elle répond à des questions clés : pourquoi le mécénat, quels en sont les formes et les critères ? Est-il réservé aux grandes entreprises ? Avec quels dispositifs juridiques et fiscaux ? À quoi servent les fondations ? Prennent-elles des risques ? Comment impliquer les salariés ?...*

*Ce véritable "guide" décrypte les mécanismes et donne les clés de l'entreprise mécène.*

**REPERTOIRE DU MECENAT D'ENTREPRISE 2007**

ADMICAL

2007, 600 p.

*L'indispensable outil de travail et d'information de tous les acteurs du mécénat.*

*Un ouvrage pratique et pluridisciplinaire pour une recherche efficace, vous y trouverez : les tendances et bilans commentés du mécénat, les entreprises mécènes (coordonnées, politique de mécénat, ...), les actions par domaine (solidarité, culture, environnement, sport, recherche), ainsi que tous les outils indispensables à l'ensemble des acteurs du mécénat (centres de ressources en France et à l'étranger, les formations, une bibliographie...).*

**LE FINANCEMENT DE LA CULTURE**

Gilbert Orsoni

Economica

2007, 298 p.

*Parce que toute société s'identifie par sa culture, celle-ci est de plus en plus au cœur des politiques publiques. Ce qui conduit, s'agissant de son financement, à poser la question de sa finalité, de son importance, de ses modalités, voire de sa légitimité. Question essentielle tant par sa dimension économique que par ses implications en termes de liberté de création, à laquelle le présent ouvrage cherche à fournir quelques réponses.*

**LE MECENAT, ACTEUR DU DEVELOPPEMENT CULTUREL ET ARTISTIQUE**

Ministère de la Culture

Février 2006

**UN NOUVEL ELAN POUR LE MECENAT CULTUREL (LOI DU 1ER AOUT 2003)**

**POLITIQUES CULTURELLES, ECONOMIE****LA CREATION ARTISTIQUE FACE AUX NOUVELLES TECHNOLOGIES****Séminaire Interarts de Paris 2004-2005**

Klincksieck

2006, 230 p.

*Les nouvelles technologies : espace de liberté ou instrument de contrôle ? Diversité culturelle ou uniformisation ? Autonomie de l'individu ou massification et homogénéisation des comportements ? Tout dépend évidemment de leur usage.*

*La seule façon de résoudre ce genre d'alternative serait, après que l'on a admis que les nouvelles technologies influent sur nos modes de vie, de pouvoir répondre aux deux questions suivantes : que bouleversent au juste ces outils et, surtout, dans quel but ? Et le problème devient soudain beaucoup plus compliqué notamment lorsqu'il y a de l'avenir de l'art et de la création. Contrairement à une idée reçue, les arts traditionnels, peinture, théâtre, danse, etc., n'hésitent guère à s'approprier ces instruments sophistiqués. Ils les intègrent dans leur processus créatif, parfois en les détournant de leur fonction initiale, afin d'accroître la force expressive de leurs œuvres. Cependant, cette alliance n'est pas sans risque. Les nouvelles technologies façonnent de plus en plus une société où les intérêts économiques, la performance, la consommation et le mercantilisme s'accroissent et tendent également à influencer l'art contemporain. La fascination de l'art devant les pouvoirs de la technique ne peut-elle signifier aussi la perte de son autonomie, tant revendiquée par le passé ? L'art ne deviendrait-il pas, dès lors, le complice objectif du désenchantement et de la déshumanisation qu'engendrent certaines de ces technologies dans le contexte du capitalisme libéral qui caractérise notre société ?"*

**LA CULTURE POUR QUI ?**

Jean-Claude WALLACH

Éditions de l'Attribut

2006, 124 p.

*Pourquoi avons-nous cette impression d'y rencontrer toujours les mêmes personnes ? Les objectifs de démocratisation de la culture sont-ils donc si peu atteints ? Il faut maintenant se rendre à l'évidence : les politiques publiques de la culture conduites en France depuis plus de quarante ans doivent être reconstruites. Elles ne sont plus en adéquation avec les mutations de la société.*

*Comment transformer les relations que nos concitoyens entretiennent avec l'art, les œuvres et les artistes ? Ce livre s'efforce d'ouvrir quelques chemins entre singularités et solidarités. Il invite les artistes et les professionnels de la culture à repenser leur rapport à la population. Il appelle les dirigeants nationaux et les élus locaux à imaginer, avec les acteurs culturels, des réponses politiques renouvelées à la question : la culture, pour qui ? Jean-Claude Wallach est consultant généraliste dans le domaine des politiques publiques de l'art et de la culture, chargé de cours à l'Université Paris-I, intervenant pour le CNFPT, et chroniqueur pour La Scène et pour le Jurisculture."*

**VOUS AVEZ DIT MUSEES ?****Tout savoir sur la crise culturelle**

Laurent Gervereau

CNRS éd.

2006, 96 p.

*Quel est le devenir des institutions patrimoniales ? Sont-elles vraiment dépassées par l'événementiel, moins cher et touchant de nouvelles couches populaires ? Le tourisme est-il une pollution ou une chance de développement ? Peut-on délivrer une culture de qualité pour tous dans des sociétés de la diversité ? Et qu'est-ce donc que la culture ? Le catch ou la bande dessinée ? L'opéra ou le polar ? Tout à la fois ? Face à une vraie crise des institutions patrimoniales et la mise en cause de leur place dans la société, cet ouvrage ouvre des pistes de réflexion sur les évolutions et les objectifs des nouveaux musées. Plus généralement, l'auteur montre que la culture, point de repère social et rouage économique essentiel, est partie prenante des enjeux majeurs de la vie quotidienne.*

## **CREATION ET DIVERSITE AU MIROIR DES INDUSTRIES CULTURELLES**

### **Actes des premières Journées d'économie de la culture**

Xavier GREFFE

La Documentation Française

2006, 464 p.

*Les réflexions sur la création et la diversité culturelles ont longtemps été liées en France à l'attitude des pouvoirs publics : prennent-ils les initiatives nécessaires au développement des activités artistiques et à la démocratisation des consommations culturelles et disposent-ils des instruments adaptés ? Aujourd'hui, l'importance prise par les industries culturelles à l'échelle mondiale, la puissance de la détermination des majors, le numérique et Internet, conduisent à enrichir cette première perspective en lui associant des dimensions entrepreneuriales, industrielles et financières.*

*Peut-on encore concevoir une économie de l'art qui ne soit pas immergée dans l'économie des industries culturelles ? Les entreprises culturelles sont-elles différentes des autres ? Comment les artistes se situent-ils dans un tel redéploiement ? Comment accède-t-on aujourd'hui aux consommations culturelles ? Quelles sont les régulations nécessaires pour atteindre les objectifs des politiques culturelles ?*

## **LES INDUSTRIES CULTURELLES FACE AUX DEFIS DE LA GRATUITE (N.2939)**

### **La culture est-elle soluble dans l'économie ?**

La Documentation Française

2008, 48 p.

*La gratuité va-t-elle tuer la culture ? - Quand les industriels du numérique pillent une industrie voisine - La gratuité et ses ennemis - Un spectre hante le capitalisme : la gratuité - Internet et l'échange gratuit : quelle place dans la société de l'information ? - Comment développer et protéger les œuvres culturelles sur le Net - La musique en ligne peut-elle imaginer une nouvelle relation - Le " choc " fiscal tiendra-t-il ses promesses ? - Quelques propositions pour permettre aux Français de mieux comprendre l'économie.*

## **CONTRE-LETTRE DE MISSION ADRESSEE A CHRISTINE ALBANEL**

L'Oiseau Rare et les Editions Attribut

2007, 40 p.

*Après de nombreux mois d'un débat public quasi inexistant sur les enjeux de la politique culturelle, la Lettre de Mission à la Ministre de la Culture et de la Communication, adressée le 1er août 2007 par le Président de la République et le Premier Ministre, est venue affirmer à la fois des valeurs qui, pour une grande part nous ont semblé profondément discutables. (...) Nous avons donc voulu contribuer au débat par la rédaction et la diffusion la plus large d'une « contre-lettre citoyenne », ouverte aux commentaires, aux corrections et aux compléments éventuels.*

**EUROPE/LANGUES ETRANGERES****VALEURS ET CULTURES EN EUROPE**

Olivier Galland, Yannick Lemel

La Découverte

2007, 128 p.

*L'Europe se construit mais, jusqu'à présent, ses fondations culturelles ont été peu explorées. Ce livre tente de combler cette lacune en proposant une synthèse des connaissances anthropologiques et sociologiques sur les fondements culturels et la diversité des systèmes de valeurs des Européens. La religion tient une grande place dans la culture européenne et dessine aujourd'hui encore une carte bigarrée de l'Europe, même si le mouvement de sécularisation introduit de nouveaux clivages.*

*Ce livre passe aussi en revue les valeurs de la vie quotidienne (rapports familiaux, attitudes dans le travail, interactions sociales) comme les institutions et systèmes de valeurs collectifs (politiques, associatifs et publics) qui structurent les rapports des citoyens avec leur société nationale. Il s'interroge enfin sur l'unité géographique pertinente pour analyser la diversité des valeurs européennes (nation, aire culturelle) et sur les déterminants individuels des orientations de valeur.*

**LES DEREGLEMENTS DE L'EXCEPTION CULTURELLE : PLAIDOYER POUR UNE PERSPECTIVE EUROPEENNE**

Françoise Benhamou

Editions du Seuil

2006, 347 p.

*Le modèle français d'intervention culturelle s'essouffle. Difficulté à rencontrer de nouveaux publics, statut incertain des auteurs et des artistes, délicate cohabitation entre l'État et le marché, entre missions de service public et activités privées, fragilisation de l'exception culturelle dans le contexte de la mondialisation, divergences d'intérêts entre les acteurs de la vie culturelle et le politique : du théâtre au cinéma en passant par la télévision ou l'édition, François Benhamou dresse un état des lieux de la culture en France.*

*Mais la fermeté des diagnostics, loin de conforter le refrain du déclin, ouvre ici des perspectives qui dépassent les frontières nationales. Œuvrer à la construction d'un espace commun, qui intègre la diversité des modèles culturels en Europe, telle est l'utopie raisonnable que dessine Françoise Benhamou.*

**LE PROGRAMME CULTURE DE L'UNION EUROPEENNE (2007-2013)**

Relais Culture Europe

*Exemple de projets illustrant les priorités du Programme Culture***READ THIS FIRST, GROWTH AND DEVELOPMENT OF CREATIVE SME'S**

CMKBU, 2007, 176 p.

This book contains a collection of articles on key issues of the creative industries and creative entrepreneurship, written by various European experts, created by the Utrecht Team of Creative SME (CMKBU). If you are starting your creative business, studying or working in this field, this book will be your helpful friend.

*Ce livre est le produit d'une véritable coopération européenne avec des écrivains renommés et traite des principaux aspects des industries créatives et de l'esprit d'entreprise créatif, qui joue un rôle majeur dans celles-ci. Le but de ce livre est de contribuer à améliorer le développement professionnel des petites et moyennes entreprises (PME) créatives et à aider les étudiants en gestion (artistique).*

*Ce livre s'adresse aux entrepreneurs créatifs et du secteur culturel, aux étudiants préparant un diplôme universitaire en relation avec les industries créatives, aux maîtres de conférence et aux membres d'organisations intermédiaires, tout comme aux responsables locaux, régionaux, nationaux ou européens.*

**HELLO CREATIVE WORLD – ENTREPRENEURSHIP IN ARTS EDUCATION**

CMKBU, 2008, 144 p. (19 articles dont 8 en français)

*A collection of theories, ideas, best practices and policies from France, Germany, the United Kingdom and the Netherlands about entrepreneurship in arts education.*

**T-SHIRTS AND SUITS, A GUIDE TO THE BUSINESS OF CREATIVITY**

David Parrish

ACME, 2005, 112 p.

*Successful creative enterprises integrate creativity and business. T-shirts and Suits offers an approach which brings together both creative passion and business best practice.*

**CULTURAL ENTREPRENEURSHIP, ON THE FREEDOM TO CREATE ART AND THE FREEDOM OF ENTERPRISE**

Prof. Dr. Giep Hagoort

Utrecht School of Art, 6 juin 2006, 37 p.

*Following the rise and development of art management in the last decade of the 20th century, cultural entrepreneurship became the leading organisational philosophy for the 21st century. Two freedoms are fundamental to cultural entrepreneurship: artistic freedom and entrepreneurial freedom. Further research will be needed in order to determine how these two freedoms can be combined to strengthen the artistic and cultural quality of our society.*

**MYCREATIVITY READER – A CRITIQUE OF CREATIVE INDUSTRIES**

Geert Lovink, Ned Rossiter

Institute of network cultures, 2007, 272 p.

*MyCreativity Reader is a collection of critical research into the creative industries. The material develops out of the MyCreativity Convention on International Creative Industries Research held in Amsterdam, November 2006. This two-days conference sought to bring trends and tendencies around the creative industries into critical question.*

**CREATIVE GUIDE – EINDHOVEN REGION 2008**

[www.creativeguide.nl](http://www.creativeguide.nl), 2008, 96 p.

*This guide contains contact details of professional creative and cultural entrepreneurs, companies, organisations and institutes.*

**AUTRES****LES MÉTIERS DE CRÉATION**

M. Enguehard, M.-L. Giniès & S. Le Gall

"Collection Guides J", Studyrama

2007 7<sup>e</sup> édition, 211 p.

*Ce guide analyse les différents secteurs de la création (architecture, mode, presse, publicité...) et les métiers qui s'y rattachent. Vous y trouverez également une présentation des formations et les secrets d'une entrée réussie dans la vie active. En fin d'ouvrage, le carnet d'adresses rassemble les coordonnées des établissements de formation et de nombreux contacts utiles.*