



CREATIVE
SHIFT
STUDIES
RÉSEAU INTERNATIONAL

IC industries
culturelles &
CA création
artistique

Appel à communication

Colloque international

Artisanat, design, créativité : entre tradition et contemporanéité

18-21 mai 2020

Université Paissii Hilendarski
Plovdiv (Bulgarie)

En organisant ce cinquième colloque dans les villes de Plovdiv et Gabrovo en Bulgarie, le réseau Crea2S (<https://crea2s.hypotheses.org>)¹ propose d'interroger la création et la créativité, quand celles-ci viennent revisiter l'artisanat et questionnent le rôle joué par le design dans les mutations en cours. Il s'agit ainsi de prolonger les débats initiés depuis 2014 dans ce cadre en analysant ce qui se joue autour de la créativité, au-delà des seuls enjeux économiques et culturels. Comment les intérêts socio-économiques des différents protagonistes impliqués dans les transformations actuelles dans les industries culturelles et les industries créatives (Schlesinger, 2007 ; Tremblay, 2008), se traduisent-ils dans les politiques publiques ? Quels sont les nouveaux enjeux, les rapports de force et leurs conséquences sociales, organisationnelles, managériales, communicationnelles ? Nous proposons de poursuivre les analyses et discussions sur les injonctions à la créativité à l'aune du numérique (Montréal, 2014 et Nantes, 2015), le tournant créatif (Varna, 2017) et la contagion créative (Athènes, 2018), dans une perspective critique d'économie politique de la création et de la créativité (Moeglin, 2015).

¹ Pour un résumé des activités scientifiques du réseau Crea2S se rapporter à Andonova Y., Kogan A.-F. (2019), « Réseau international Crea2S – *Creative Shift Studies*. Premier bilan et perspectives », *RFSIC*, n°16 : <https://journals.openedition.org/rfsic/5818>

« Les industries culturelles et créatives ont su s'imposer comme un levier important de la croissance française et constituent un véritable enjeu de développement économique », nous annonce BPI France². De la musique au jeu vidéo, du patrimoine à la gastronomie, en passant par le tourisme, la mode ou le marketing, la part de la création est au cœur de ces activités. Qu'il s'agisse de services ou de produits manufacturés, ces biens se voient attribués une valeur symbolique forte du fait de leur singularité, de leur qualité ou de leur esthétique particulière. La production de ces biens symboliques et/ou culturels est de plus en plus reconnue, en France comme ailleurs, en tant que levier de développement économique et expression de la diversité culturelle.

On constate aussi un regain d'intérêt pour l'analyse et la remise en question des frontières, peu étanches, de l'art, du design et de l'artisanat (Cozzolino, Golsenne, 2019). En surfant sur la vague du *craft* s'entremêlent des artefacts, des matières et matériaux, des techniques, des imaginaires et représentations, des activités de designers, des artistes et artisans, des pratiques professionnelles et amateurs. Cela nécessite d'examiner l'engouement général pour la terminologie du design (industriel, artisanal, culturel,

² <https://www.bpifrance.fr/A-la-une/Actualites/Les-industries-culturelles-et-creatives-au-service-la-French-Touch-27851>

pédagogique, numérique, graphique, de service, UX, design thinking, etc.), ainsi que les modèles socio-économiques émergents liés dans les industries culturelles, les industries créatives et les autres filières industrielles.

On assiste au renouveau du « DIY : *do it yourself* », de la co-création et de l'expérimentation. La nostalgie et le retour aux formes artisanales, aux savoir-faire locaux, au « fait main », comme la recherche d'authenticité ne peuvent se comprendre sans une remise en question de la production industrielle mondialisée. Comment l'insertion marchande de ces activités se trouve-t-elle renforcée dans l'économie dite créative ? Quelle place y tient l'entrepreneuriat ? Quels sont les liens entre cultures traditionnelles artisanales et industries créatives ?

En effet, les secteurs tels que l'artisanat et les arts décoratifs sollicitent des compétences rares, fortement imprégnées par la culture locale et liées au patrimoine, requièrent des savoir-faire traditionnels mais aussi novateurs. Ils ont l'avantage de créer des emplois non délocalisables (Pellegrin-Boucher, Roy, 2019). Les politiques publiques soutiennent ces activités en attribuant des aides financières et des labels.

Le patrimoine culturel immatériel y tient une place importante, en tant que : objet d'étude reliant les techniques et pratiques anciennes et modernes ; porteur d'un potentiel créatif ; expression de l'identité collective ; soutien aux relations humaines et sociales. Sa définition n'a cessé de s'élargir au cours du demi-siècle dernier. Chiara Bortolotto (2011) affirme qu'en Europe, la gestion du patrimoine en tant que catégorie approuvée par la pratique, opère dans un régime d'objectivité. Il serait difficile de séparer les divers genres du patrimoine culturel immatériel des instruments, objets et artefacts existants. Ce qui relie les patrimoines tangible et intangible, c'est l'affirmation qu'ils sont tous les deux des « trésors publics », de *patrimonium populi* qui doivent se transmettre de génération en génération (Poulot, 1998 ; Jadé, 2006). Au cours des dernières décennies de nouveaux usages sociaux du patrimoine matériel et immatériel émergent, en lien notamment avec le développement durable, l'évolution des relations entre ville et village, la modification de la nature des liens sociaux

(Cuvelier et al., 1994 ; Rautenberg et al., 2000). En s'appuyant sur la relation entre participation locale et coopération européenne, ils conduisent à de nouvelles dynamiques sociales. Parce qu'elles sont chargées d'histoire et symboles de l'activité manufacturière et artisanale en Bulgarie, la ville de Plovdiv a reçu le titre de « capitale européenne de la culture 2019 » et la ville de Gabrovo, celle de « ville créative » par l'Unesco (<https://en.unesco.org/creative-cities/gabrovo>). Nous serons donc baignés dans un contexte stimulant pour interroger l'évolution contemporaine de l'artisanat, ses liens riches, complexes et parfois ambigus avec le design, comme avec le patrimoine et le tourisme.

Les propositions de communication doivent s'inscrire dans un des quatre axes suivants :

Axe 1. L'artisanat et ses représentations

L'éloge de la main, du geste et de la lenteur est souvent associé à l'artisanat. Richard Sennett (2008) rappelle que l'art de faire de l'artisan ne se cantonne pas aux seuls savoir-faire manuels. Il implique des liens étroits entre pratiques concrètes et réflexions, entre la tête et la main. Il réhabilite la *mêtis*, qui, dans la mythologie grecque symbolise à la fois l'intelligence rusée et la pratique grecque (Détienne et Vernant, 1974) en introduisant dans le « faire » une part de réflexion, d'imagination et de sensibilité. Comment, dès lors, tenir compte à la fois du caractère capacitant de l'environnement de travail et des « créativité d'agir » (Joas, 1996) des acteurs en situation de travail ? Comment situer la « puissance créatrice » dans la réflexion ou dans le geste ? Est-il encore pertinent de les distinguer ? Les stéréotypes traditionnellement attribués aux artisans sont largement revisités pour montrer que l'artisan n'est pas un simple technicien sans vision créative ni commerciale. Son système de valeurs est néanmoins tout autre : l'artisanat comme « désir de bien faire » et non seulement comme une activité manuelle qualifiée est aussi une expérience partagée, faite de tâtonnements collectifs. Quelles sont les représentations contemporaines de l'artisanat, liées à ces dimensions critiques, économiques, voire

politiques ? Les vertus de la pratique et l'éloge de l'authenticité, liés à la production artisanale ne sont-ils pas recherchés de nos jours pour des raisons fondamentalement différentes ? En outre, le renouveau de l'artisanat permet-il de répondre à d'autres enjeux liés à l'économie sociale et solidaire (l'ESS) ? Il pourrait répondre aux enjeux du développement durable par une critique de la consommation de masse, et du modèle industriel mondialisé.

Axe 2. Design et artisanat : renouvellement et transformations

Le design est souvent présenté par ses promoteurs comme courroie de transmission de la créativité, passage obligé de l'innovation et outil incontournable au service du développement économique. Il permettrait alors de « dépoussiérer » l'artisanat traditionnel et de lui redonner un nouveau souffle. Si le design réinvente l'artisanat, quels en sont concrètement son rôle et ses procédés ? Intervient-il sur la forme ou sur l'usage ? Les innovations apportées par le design permettent d'abaisser les coûts, de rationaliser la production, produire en série, réduire les délais, mais aussi de maîtriser la distribution en aval. Observe-t-on des évolutions du statut des entreprises artisanales et de leur place dans la filière ? Philippe Bouquillion (2016) montre comment en Inde, les designers se positionnent en amont de la filière, via des organisations qui commandent des produits aux artisans en intervenant ainsi sur les techniques de fabrication et d'assemblage, sur les caractéristiques formelles de production, et par conséquent sur la division du travail et les conditions de rémunération des artisans. Le design contribue ainsi à améliorer la viabilité économique et l'ancrage culturel de l'artisanat en renouvelant aussi ses formes de mise en marché (Bouquillion, Peghini, Servan-Shreiber, 2017). Qu'en est-il en France, en Bulgarie et dans d'autres pays du monde ? Quels sont les principaux acteurs et les rapports de force existants en termes de concentration, de diversification ou de monopole (associations, ONG) ? Quels sont le rôle de l'État et celui des institutions internationales ? Il s'agit ici également d'interroger la figure du designer, sa formation et les compétences associées. Qui

sont les designers (des anciens artisans, des artistes en reconversion, etc.) ? Qu'en est-il des offres de formation (dans les Écoles d'art et d'Arts appliqués, ainsi que dans les Écoles de design, les Écoles d'ingénieurs ou les universités) ? En considérant le design comme une compétence relevant de la conception, comment s'articule le travail des designers avec celui des artisans ? Comment le numérique contribue-t-il à ces évolutions ? Quel est le rôle joué par des entreprises du web comme WeCanDoo.fr, qui souhaite « *mettre en lumière le talent des artisans et libérer la créativité de chacun* » ?

Axe 3. Territoires créatifs, patrimoine et politiques publiques

La profusion de labels valorisant les villes, quartiers et clusters soi-disant « créatifs » participe à la promotion des stratégies de *branding* culturel en vue de la relance de l'activité économique territoriale (Vivant, 2013). Les labellisations et classifications par les institutions, comme le Conseil de la Commission Européenne et l'Unesco, ne peut se faire sans la mobilisation d'acteurs publics locaux, tant en amont qu'en aval. Qui sont les acteurs engagés (structures publiques, PME, micro-entreprises) ? Comment sont gérées les tensions quand le développement de la culture et de la créativité relève aussi d'enjeux fonciers, politiques, économiques et sociaux (Emin, Schieb-Bienfait, 2019) ? Les cas des villes de Plovdiv et de Gabrovo nous fourniront un éclairage précieux, en présentant ce qui relève des spécificités territoriales dans ce processus. Ils viendront compléter les travaux déjà initiés sur ce thème lors des colloques organisés à Nantes et Varna (Andonova, Kogan, 2015, 2017). Nous souhaitons interroger plus particulièrement le rôle joué par les artisans et la façon dont ils deviennent ou non des acteurs publics dans cette mise en visibilité de la culture. Quelles sont les mesures prises en faveur de la préservation de l'artisanat (formation, amélioration des conditions de travail, etc.) dans les politiques publiques ? Il convient également d'interroger le registre de la propriété intellectuelle et les différentes mesures de renforcement des droits : *copyright*, brevets, droits d'auteur, labels, franchises. L'artisanat peut-il être considéré, à l'instar des

franges dans les industries culturelles, comme un vivier d'innovation au profil des entreprises industrielles? A qui revient la paternité de l'œuvre? Se pose dès lors fondamentalement la question des droits et des enjeux juridiques et économiques inhérents. De ce point de vue, les politiques culturelles qui ont trait au patrimoine, à l'artisanat et aux industries créatives offrent de nouvelles opportunités pour leur préservation et leur promotion, et font émerger de nouveaux enjeux économiques (Greffé, 2003). Une recherche récente sur l'artisanat en Bulgarie montre la nécessité d'exploiter ces opportunités en les mettant au service du développement régional (Kabakov 2016). Le patrimoine et l'artisanat capteraient ainsi le potentiel des traditions créatives et permettraient la relance de l'économie grâce à l'utilisation des ressources locales et au développement des capacités humaines (Mihailescu 2017 ; Iosif 2017). Quelles sont les analyses portées en termes stratégiques sur ces enjeux à la fois sociaux, culturels, économiques, symboliques et territoriaux ?

Axe 4 : Économie de l'expérience et créativité : risques, opportunités et liens avec l'artisanat

Le rapprochement des termes authenticité et expérience, ainsi que la substitution de la notion de création par celle de créativité participent à la valorisation symbolique de produits de consommation ordinaire ou issus de l'industrie du numérique (Bouquillion, Miège, Moeglin, 2013). La co-création, les plateformes participatives et le marketing expérientiel, s'appuyant sur le potentiel des marques en termes de création de valeur (l'exemple des *Apple Store*) ont le vent en poupe. Au cœur

des écosystèmes innovants et de la culture *maker* (Lallement, 2015), ils sont revendiqués comme condition *sine qua non* de la performance créative. Grâce à la quête du sensible et de l'authenticité, l'économie de l'expérience prospère, à l'instar du tourisme créatif, qui promeut des expériences immersives et participatives (Pagès, 2014). Même si le tourisme du « faire » et de l'expérience existait auparavant, l'attrait actuel pour les ateliers de céramique, les cours de cuisine brésilienne ou d'art floral japonais (*ikebana*) et autres pratiques inclusives pose question. Le tourisme expérientiel (voir le site *Airbnb Experiences*, lancé en 2016 et *WeCanDoo* en 2017) est-il vraiment un tourisme d'authenticité, comme si souvent caractérisé? Attirer des voyageurs, consommateurs avides de produits du terroir contribue à redynamiser les territoires, à promouvoir le patrimoine culturel, ainsi que l'artisanat local. N'assiste-on pas à une standardisation de l'expérience touristique grâce à la généralisation des plateformes? Quels sont les risques et les dérives ?

A travers ces quatre axes, nous proposons de décrypter le renouvellement des problématiques liées à l'artisanat, au design et plus généralement aux activités de création dans les industries créatives, ainsi que les représentations, les pratiques et les enjeux associés. Cela nous invite à interroger le croisement de multiples mondes, au sens de la sociologie (Boltanski et Thévenot, 1991): marchand, domestique, industriel, civique, de l'inspiration, de l'opinion et par projet, ainsi que les conflits de grandeur qui peuvent y être rattachées.

Références indicatives :

- BOLTANSKI L., THÉVENOT L. (1991), *De la justification. Les économies de la grandeur*, Paris, Gallimard.
- BORTOLOTTO Ch. (dir.) (2011), *Le patrimoine culturel immatériel. Enjeux d'une nouvelle catégorie*, Paris, Éditions de la MSH.
- BOUQUILLION Ph. (2016), « Les enjeux des industries créatives en Inde », *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, n°17/2, pp.39-53. <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/2016/dossier/03-enjeux-industries-creatives-inde>

- BOUQUILLION Ph., MIÈGE B., MOEGLIN P. (2013), *L'industrialisation des biens symboliques. Les industries créatives en regard des industries culturelles*, Grenoble, PUG.
- BOUQUILLION Ph., PEGHINI J., SERVAN-SCHREIBER C. (2018), *Artisanat et design. Un dessein indien ?*, Editions Peter Lang.
- COZZOLINO Francesca, GOLSENNE Thomas (2019), « Pour une anthropologie de la création », *Images Re-vues*, Hors-série 7. <http://journals.openedition.org/imagesrevues/7208>
- CUVELIER, P. ET E. TORRES, J. GADREY (1994), *Modèle de tourisme et développement local*. Paris, Ed. L'Harmattan.
- DÉTIENNE M., VERNANT J.-P. (1974), *Les ruses de l'intelligence. La Métis des Grecs*, Paris, Flammarion.
- EMIN S., SCHIEB-BIENFAIT N. (2019), *Scènes locales, clusters culturels et quartiers créatifs : Les ressorts en enjeux territoriaux du développement culturel* (PUR). Rennes.
- GREFFE X. (2003), *La valorisation économique du patrimoine*, Paris, La documentation Française.
- IOSIF C. (2017), Creative Traditions Forum: the Project and the Team. *Martor*, 22, pp.183-195
- JADE M. (2006), *Le patrimoine immatériel. Perspectives de l'interprétation du concept du patrimoine*, Série Muséologies, L'Harmattan.
- JOAS H. (1996), *The Creativity of Action*, Chicago, University of Chicago Press.
- KABAKOV I. (2016) (dir.), *Harnessing the Cultural Potential of traditional arts and Crafts*. Gabrovo, Fabric Association.
- KOGAN A.-F., ANDONOVA Y. (coord.) (2019), dossier thématique « De quoi la créativité est-elle le nom ? », *Communication*, n°36/1. <https://journals.openedition.org/communication/9647>
- KRASTANOVA K. (2016), « The Night of Museums and Galleries” as a Cultural and Tourist Destination », in *International Scientific Conference (proceedings) Cultural Corridor Western Transbalkan Road – Cultural Tourism without Boundaries*, Meteora-Lefkada, Greece, 181-187.
- LALLEMENT M. (2015), *L'Âge du Faire. Hacking, travail, anarchie*, Paris, Le Seuil.
- MIHAILESCU V. (2017), Créative Traditions and Ecology of the Heritage. *Martor*, 22, 9-31.
- MOEGLIN P. (2015), « Pour une économie politique de la création. De la trivialité à la créativité », *Communication & langages*, 2015/3, n°185, pp.49-66.
- PAGÈS D. (2014), « Le tourisme créatif à la rencontre des cultures numériques : de la gouvernance des destinations à l'écriture des expériences », *Mondes du Tourisme*, n°10, 75-90.
- POULOT D. (1998), *Patrimoine et modernité*, Ed. L'Harmattan
- RAUTENBERG M., MICOUD A., BERARD L., MARCHENAY Ph. (dir.) (2000), *Campagne de tous nos désirs. Patrimoine et nouveaux usages sociaux*, Paris, Éditions de la MSH.
- SCHLESINGER Ph. (2007), « Creativity: from discourse to doctrine? », *Screen*, Oxford University Press, 48,3, autumn, pp. 377- 387.
- SENNETT R. (2008), *The Craftsman*, Yale University Press.
- TREMBLAY G. (2008), « Industries culturelles, économie créative et société de l'information », *Global Media Journal - Canadian Edition*, 1(1), pp.65-88.
- VIVANT E. (2013), « Creatives in the city: Urban contradictions of the creative city », *City, Culture and Society*, 4 (2), pp.57-63.

Soumission d'une proposition :

Toute proposition de communication sera envoyée, au format Word (.doc) **au plus tard le 15 février 2020**, aux responsables scientifiques :

Krassimira KRASTANOVA, Université de Plovdiv : krkrastanova@uni-plovdiv.net
 Yanita ANDONOVA, Université Paris 13: yanita.andonova@gmail.com
 Anne-France KOGAN, Université Rennes 2 : anne-france.kogan@univ-rennes2.fr

L'objet du courriel sera intitulé : « **Proposition colloque Plovdiv 2020** »

La sélection des propositions sera réalisée en double aveugle par les membres du comité scientifique. Ces derniers pourront envoyer une proposition qui sera évaluée, elle aussi, en double aveugle.

Toute proposition de communication devra être rédigée **en français** ou **en anglais** et comportera les éléments suivants :

Première page :

- titre de la communication
- choix de l'axe d'inscription
- résumé (15 lignes maximum) en format Times New Roman, caractère 12, interligne simple
- 5 mots-clés
- nom et prénom du/des auteur(s), institution de rattachement, numéro de téléphone, courrier électronique

Pages suivantes (anonymes) :

- le texte de la proposition (hors bibliographie) doit comporter entre 6000 et 8000 signes, espaces compris, en Times New Roman, caractère 12, interligne simple. Y seront clairement exposés : le sujet de la proposition et son adéquation avec la thématique du colloque, la problématique, les cadres théorique et méthodologique, la description des matériaux empiriques ou théoriques mobilisés, les principaux résultats de l'analyse
- une bibliographie indicative

Calendrier :

Date limite de réception des propositions de communication	15 février 2020
Décision du comité scientifique et retour aux auteurs	15 mars 2020
Programme définitif du colloque	15 avril 2020
Tenue du colloque	18-21 mai 2020 ³

Responsables scientifiques :

Krassimira KRASTANOVA, Université de Plovdiv (Bulgarie)

Yanita ANDONOVA, LabSIC, Université Paris 13 (France)

Anne-France KOGAN, PREFIcs, Université Rennes 2 (France)

Comité d'organisation :

Svetla DIMITROVA, Musée ethnographique régional en plein air (Bulgarie)

Vanya DONEVA, Musée ethnographique régional en plein air (Bulgarie)

Maria KISSIKOVA, Université de Plovdiv (Bulgarie)

Oana PERJU, équipe "Traditions créatives" et chercheuse indépendante, Bucarest (Roumanie)

Tomi POPECHKIN, Université de Plovdiv (Bulgarie)

Elitsa STOILOVA, Université de Plovdiv (Bulgarie)

³ Nous préconisons d'envisager le voyage aller vers la Bulgarie (arrivée à l'aéroport de Sofia, puis déplacement jusqu'à Plovdiv) le dimanche 17 mai 2020, veille du début du colloque. Nous mettons en place une organisation spécifique (colloque sur deux sites) et suggérons aux participants de prévoir de rester durant la totalité de la durée du colloque.

Georgiana VLAHBEI, chercheuse indépendante, Bucarest (Roumanie)

Meglana ZLATKOVA, Université de Plovdiv (Bulgarie)

Membres presentis du Comité scientifique :

BAILLARGON Danny, Université de Sherbrooke (Canada)

BAKOUNAKIS Nicolaos, Université Panteion (Grèce)

BELANGER Anouk, Université du Québec à Montréal (Canada)

BERGER Estelle, Strate École de design (France)

BORRELLI Davide, Università “Suor Orsola Benincasa” di Napoli (Italie)

BOUQUILLION Philippe, LabSic, Université Paris 13 (France)

BULLICH Vincent, Gresec, Université Grenoble Alpes (France)

D’ALMEIDA Nicole, Sorbonne Université, Celsa (France)

DABEVA Tania, Université d’économie de Varna (Bulgarie)

GRASSI Carlo, IAUUV, Université de Venise (Italie)

IOSIF Corina, National Museum of the Romanian Peasant, Bucarest (Roumanie)

JANOWSKA Anetta, Warsaw School of Economics (Pologne)

KABAKOV Ivan, Université de Sofia (Bulgarie)

KRASTEVA Anna, Nouvelle Université Bulgare de Sofia (Bulgarie)

MAHE Emmanuel, EnsadLab, École nationale supérieure des Arts Décoratifs (France)

MOEGLIN Pierre, LabSic, Université Paris 13 / Institut Universitaire de France (France)

MONJARET Anne, IIAC/ équipe LAHIC, CNRS-EHESS (France)

PATRASCU Marcela, Prefics, Université Rennes 2 (France)

ROUET Gilles, LAREQUOI, Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines (France)

SAVIGNAC Emmanuelle, CERLIS, Université Paris 3 (France)

STAZIO Marialuisa, Université de Naples Frederico II (Italie)

TREMBLAY Gaëtan, Cricis, Université du Québec à Montréal (Canada)

VOVOU Ioanna, Ceisme, Université Panteion (Grèce)

ZACKLAD Manuel, Dicen, CNAM (France)



Plovdiv University
Paissii Hilendarski



ETHNOGRAPHIC OPEN AIR MUSEUM ETAR



• City of Crafts and Folk Art
• Designated UNESCO
• Creative City in 2017

PREFics EA 4246

