

ENTREPRENEURIAT CULTUREL & CRÉATIF

Pr. MARINI SARA |

De l'idée au projet culturel viable

PLAN DU COURS

I

Profil de l'Entrepreneur & Adéquation Homme/Projet

II

L'Entreprise : Définition, Finalités & Classification

III

L'Environnement de l'Entreprise

IV

Création d'Entreprise : Étapes & Études

V

Business Plan & Stratégies de Développement

VI

L'Entrepreneuriat Culturel & Créatif



Profil de l'Entrepreneur & Adéquation Homme/Projet

Se connaître pour mieux entreprendre

L'Adéquation Homme / Projet

*La vraie question n'est pas « Suis-je un bon entrepreneur ? »
mais : « Mon profil est-il adapté à CE projet ? »*

- L'adéquation profil/projet est une condition nécessaire de réussite.
- Ce travail passe par la connaissance de soi et le développement personnel.
- Valider la cohérence entre l'idée et son projet personnel : personnalité, compétences, motivation.
- Répondre honnêtement : Quelles sont mes contraintes ? Mes objectifs ? Quelles compétences me manquent ?

6 Compétences Clés de l'Entrepreneur

Organisation

Bien organisé, capable d'établir des priorités et objectifs clairs. Planifier avant d'agir.

Discipline & Focus

Discipliné, concentré, capable de se motiver de façon autonome sans attendre validation externe.

Flexibilité

S'adapter aux changements, rester agile face à l'incertitude du marché.

Communication

Bonnes aptitudes à la communication et au réseautage. Le réseau est un actif essentiel.

Créativité

Esprit créatif, résolution de problèmes, persévérance face aux obstacles.

Persuasion

Convaincre partenaires et investisseurs. Avoir le courage et l'espoir de surmonter les refus.

Profils Entrepreneuriaux : Connaître son Type

1. L'entrepreneur visionnaire : porté par une idée forte, il entraîne les autres dans sa vision. Fort en persuasion, parfois faible en gestion quotidienne.
2. L'entrepreneur gestionnaire : rigoureux et organisé, il excelle dans la structuration et le suivi. Peut manquer d'audace créative.
3. L'entrepreneur social & culturel : motivé par l'impact sur la société et la culture. Fort en sens artistique, peut négliger la rentabilité.
4. L'entrepreneur opportuniste : réactif aux signaux du marché, agile. Peut manquer de cohérence à long terme.
5. Recommandation : identifier son type dominant, puis construire une équipe complémentaire pour couvrir les angles morts.



L'Entreprise : Définition, Finalités & Classification

Comprendre les fondations de toute organisation économique

L'Entreprise : Deux Dimensions Fondamentales

Unité de Production

- ▶ Transforme des inputs en outputs.
- ▶ Inputs : travail du personnel, capital technique (bâtiments, machines), consommations intermédiaires (matières premières, énergie, services).
- ▶ Outputs : biens ou services mis sur le marché.

Unité de Répartition

- ▶ La vente du produit permet de rémunérer les facteurs de production.
- ▶ Distribution : salaires (salariés), impôts (État), intérêts (prêteurs), dividendes (actionnaires).
- ▶ Revenus non distribués = réserves pour l'avenir de l'entreprise.

Les Finalités de l'Entreprise



Finalités Économiques

Produire et distribuer des biens/services, assurer la survie et la croissance, réaliser un profit pour se développer.



Finalités Humaines

Épanouissement du personnel : bonnes conditions de travail, bien-être, participation à la gestion. Ambitions des dirigeants.



Finalités Sociales

Service public, indépendance nationale, contribution à la communauté. Coexistent avec les autres finalités.

Classification par Secteur d'Activité

1

Secteur Primaire

Agriculture, élevage, pêche,
sylviculture.
Utilise le facteur naturel.

2

Secteur Secondaire

Industrie manufacturière.
Transformation de matières
premières en produits finis.

3

Secteur Tertiaire

Services : distribution, transport,
loisirs, culture, assurance, hôtellerie...
→ LÀ OÙ SE SITUE L'ECC

Classification des Entreprises par Taille

< 5

salariés
TPE
Très Petite Entreprise

5-10

salariés
PE
Petite Entreprise

10-
500

salariés
ME
Moyenne Entreprise

>
500

salariés
GE
Grande Entreprise

Classification Juridique des Entreprises

Secteur Public

- ▶ Entreprises publiques : capital 100% État.
- ▶ Entreprises semi-publiques : contrôlées par l'État, avec participation privée.
- ▶ Objectifs : service public, intérêt national.

Secteur Privé

- ▶ Entreprise individuelle : une seule personne.
- ▶ Société : contrat entre personnes — SA, SARL, SNC...
- ▶ Coopérative : membres mettent en commun ressources sans recherche de profit.
- ▶ → Beaucoup d'ECC sont des associations ou coopératives culturelles.



L'Environnement de l'Entreprise

Macro et micro : connaître son écosystème pour agir
efficacement

Les Deux Niveaux d'Environnement

Macro-environnement

- ▶ Facteurs généraux : sociologiques, économiques, juridiques, technologiques.
- ▶ Dimensions nationales ET internationales.
- ▶ L'entreprise doit le connaître pour anticiper avant un lancement.
- ▶ Ex : avant de lancer un festival, analyser les politiques culturelles nationales.

Micro-environnement

- ▶ Environnement spécifique : clients, fournisseurs, sous-traitants, concurrents directs.
- ▶ Contenu essentiel des études de marché.
- ▶ L'entreprise peut agir sur ce niveau via sa stratégie.
- ▶ Ex : choisir ses distributeurs, fidéliser ses spectateurs.

Analyse PESTEL : Les Facteurs du Macro-Environnement



Politique

Politiques culturelles, subventions d'État, régulation du secteur audiovisuel, protection du patrimoine.



Économique

Croissance du PIB, pouvoir d'achat des ménages, taux d'intérêt pour financement, inflation.



Socioculturel

Évolutions des goûts, démographie, pratiques culturelles, niveau d'éducation, urbanisation.



Technologique

Numérique, streaming, réseaux sociaux, IA créative, nouvelles formes de diffusion culturelle.



Environnemental

Développement durable, événements éco-responsables, valorisation du patrimoine naturel.



Légal

Droit d'auteur, droit des contrats artistiques, fiscalité du mécénat, droit du travail artistique.

IV

Création d'Entreprise : Étapes, Études & Outils

Du projet à la réalité : les 4 étapes incontournables

Les 4 Étapes de la Création d'Entreprise

1. Évaluation

Clarifier l'idée, analyser faisabilité et valeur créée

1

2

2. Conception

Études de marché, juridique, financière, business plan

3

3. Montage

Structure juridique, financement, relations avec tiers

4

4. Lancement

Clients, suivi du BP, tableaux de bord

Étape 1 : Évaluer l'Opportunité

1. Transformer une idée en opportunité réaliste : Que veut-on vendre ? À qui ? Quelle valeur apporte-t-elle ?
2. Rechercher des informations, recueillir l'avis d'experts, tester l'idée auprès de personnes extérieures.
3. Avoir un minimum de créativité pour identifier une bonne opportunité à partir d'une idée initiale.
4. Maîtriser les concepts marketing pour transformer une bonne idée en offre gagnante.
5. Plus l'idée est nouvelle → interroger la capacité des clients à l'accepter.
6. Plus elle est banale → vérifier son utilité différenciante face à la concurrence.

Étape 2 : Concevoir & Formuler le Projet

1. Le projet doit passer vers le 'réalisable' : études de marché, juridique et financière obligatoires.
2. Ces études permettent d'élaborer l'offre, la stratégie, le plan d'affaires.
3. Rechercher la meilleure adéquation créateur/projet — être réaliste et pragmatique.
4. Être clair sur la stratégie et rechercher des avantages concurrentiels durables.
5. Un avantage concurrentiel culturel peut être : la notoriété de l'artiste, l'authenticité, l'ancrage territorial.
6. Résultats de l'étape : une offre formulée, un positionnement clair, un business plan préliminaire.

L'Étude de Marché : Définition & Objectifs

1. Travail de collecte et d'analyse d'information pour identifier les caractéristiques d'un marché.
2. Permet de savoir si l'idée est réalisable et si elle peut faire la différence face aux concurrents.
3. Question 1 : Quelle sera ma clientèle ? Qui sont-ils, où sont-ils, qu'attendent-ils ?
4. Question 2 : Comment m'accaparer une part de marché ? Par quel avantage différenciant ?
5. Question 3 : Quel est le chiffre d'affaires escompté ? Sur quelle base réaliste ?
6. Axes : environnement du produit, marché cible, concurrence, fournisseurs, segmentation, prévisions de ventes.

6 Composantes de l'Étude de Marché

Environnement

Réglementation de la profession, tendances du marché dans le secteur ciblé, politiques publiques.

Marché Cible

Identifier précisément la clientèle. Ne pas dépendre d'un seul client — diversifier pour réduire la vulnérabilité.

Concurrence

Forces et faiblesses des concurrents, politiques de prix, conditions accordées aux clients.

Fournisseurs

Choisir sur qualité ET prix. Diversifier pour réduire les risques d'approvisionnement.

Stratégie Marketing

Segmentation, positionnement, mix marketing (4P) pour se différencier durablement.

Prévisions

Estimer le CA réaliste basé sur les données collectées. Hypothèses basse / centrale / haute.

Méthodologie de l'Étude de Marché

Recherche Documentaire

Associations métiers, HCP, CCIS, presse
éco, salons

1

Étude Quantitative

Questionnaires, tests, marché témoin

3

Étude Qualitative

Entretiens semi-directifs, focus groups,
observation

2

Stratégie Marketing : Le Mix 4P

P

Produit

Caractéristiques, qualité, marque, gamme, design, service associé.

Ex. culturel : l'œuvre, le spectacle, le livre.

P

Prix

Politique tarifaire, promotions, remises, conditions de paiement.

Ex. culturel : tarif plein, tarif réduit, pass.

P

Place

Canaux de distribution, couverture géographique, logistique.

Ex. culturel : salle, streaming, tournée.

P

Promo

Publicité, relations publiques, marketing digital, force de vente.

Ex. culturel : réseaux sociaux, presse, bouche à oreille.

Segmentation & Positionnement

1. La segmentation divise le marché en sous-groupes homogènes : la clientèle doit être identifiée de façon précise.
2. Ne pas dépendre d'un seul client — diversifier pour réduire la vulnérabilité commerciale.
3. Le rapport qualité/prix doit être déterminé avec précision pour inciter les clients à adopter l'offre.
4. Emplacement : essentiel pour les détaillants et entreprises de service — être proche de ses clients.
5. Communication : définir messages, canaux et outils adaptés à la cible pour se différencier.
6. Le positionnement = la place qu'occupe l'offre dans l'esprit du client par rapport à la concurrence.

Études Technique & Financière

Étude Technique

- ▶ Moyen de production : terrain, bâtiment, équipements, matières premières.
- ▶ Ressources humaines : compétences nécessaires, recrutement, formation.
- ▶ Processus de production et organisation interne.
- ▶ Capacité de production maximale et planification.

Étude Financière

- ▶ Bilan de départ : actif (ce que l'on possède) vs passif (ce que l'on doit).
- ▶ Compte de résultat prévisionnel : produits – charges = résultat.
- ▶ Budget de trésorerie mensuel : anticiper les besoins de liquidités.
- ▶ Calcul du seuil de rentabilité : à partir de combien l'activité est profitable ?

Étape 3 : Montage Juridique & Financement

1. Choisir la structure juridique adaptée : SARL, SA, association, coopérative...
2. Sécuriser les relations avec les tiers : contrats fournisseurs, partenaires, collaborateurs.
3. Dialoguer avec les banquiers : présenter un dossier de financement solide (BP + garanties).
4. Identifier les sources de financement : fonds propres, emprunts, subventions, mécénat.
5. Pour l'ECC : explorer les financements spécifiques (résidences artistiques, fonds culturels, crowdfunding).
6. Protéger la propriété intellectuelle : dépôt de marque, droits d'auteur, droits voisins.

Étape 4 : Lancement des Activités

1. Obtenir les premiers clients et commandes : la phase la plus délicate du démarrage.
2. Suivre rigoureusement le business plan : comparer prévisions vs réalisations.
3. Piloter avec des tableaux de bord : indicateurs de vente, de trésorerie, de satisfaction.
4. Ajuster rapidement si les résultats s'écartent des prévisions initiales.
5. Construire sa réputation et son réseau dès le premier jour.
6. Pour l'ECC : soigner la première création/production — elle définit l'image artistique et la crédibilité.



Business Plan & Stratégies de Développement

Planifier, structurer et piloter la croissance

Le Business Plan : Définition & Utilité

1. Document de synthèse présentant le projet entrepreneurial dans sa globalité.
2. Outil interne : clarifier la vision, structurer la stratégie, planifier les ressources nécessaires.
3. Outil externe : convaincre banquiers, investisseurs, partenaires, mécènes du sérieux du projet.
4. Le BP force l'entrepreneur à confronter ses intuitions à la réalité des chiffres.
5. Un BP bien rédigé augmente significativement les chances d'obtenir un financement.
6. Ce n'est pas un document figé : il doit être mis à jour régulièrement en fonction de l'évolution.

Structure d'un Business Plan en 9 Points

1

Résumé exécutif

2

Présentation du projet

3

Étude de marché

4

Stratégie & marketing

5

Moyens humains

6

Moyens techniques

7

Prévisions financières

8

Financement

9

Annexes

Règles de Forme pour un BP Efficace

1. Clarté et concision : éviter les textes longs et obscurs — aller droit au but.
2. Structure logique et progressive : chaque section prépare la suivante.
3. Données chiffrées et sources fiables : hypothèses réalistes et explicitées.
4. Cohérence interne : les prévisions financières doivent refléter l'analyse de marché.
5. Présentation soignée : mise en page professionnelle, visuels clairs (tableaux, graphiques).
6. Adapter le niveau de détail selon l'interlocuteur : banquier, investisseur ou partenaire culturel.

Cycle de Vie d'une Entreprise (Churchill & Lewis, 1983)

1. L'Existence

Survie : survivre et se faire connaître

1

2. Le Maintien

Performance & rentabilité : pression croissante

2

3. La Réussite

Autonomie : l'entrepreneur délègue

3

4. L'Essor

Croissance rapide, organisation décentralisée

4

5. Exploit. Max.

Consolider et maintenir l'esprit entrepreneur

5

Stratégies de Croissance

Pourquoi Croître ?

- ▶ Satisfaire les aspirations de l'entrepreneur.
- ▶ Améliorer la valeur de l'entreprise.
- ▶ Atteindre le seuil de rentabilité.
- ▶ Concrétiser complètement l'opportunité.
- ▶ Suivre la dynamique du marché.

Comment Croître ?

- ▶ Croissance interne : réinvestissement des bénéfices, R&D, développement de nouvelles offres.
- ▶ Croissance externe : acquisitions, absorptions d'autres structures.
- ▶ Fusions : mise en commun de deux entités pour créer une structure plus forte.
- ▶ Pour l'ECC : co-productions, festivals regroupés, réseaux d'artistes.

Principales Causes d'Échec des Jeunes Entreprises

1. Événements personnels : accident, maladie, décès, retrait d'un partenaire clé.
2. Mauvaise évaluation du potentiel de marché — marché surestimé ou inexistant.
3. Compétitivité médiocre du produit : mauvais positionnement ou communication inadaptée.
4. Délai de pénétration des nouveaux produits mal évalué ; difficultés d'accès à la distribution.
5. Absence d'efforts commerciaux suffisants — l'art seul ne suffit pas à vendre.
6. Insuffisance des fonds propres : sous-capitalisation dès le départ.

4 Facteurs Clés de Réussite



Adéquation profil/projet

Trouver le projet qui correspond à son profil, ses capacités d'évolution et ses vraies motivations.



Localisation proche

Ne pas s'éloigner de ses bases ni se couper de ses réseaux de proximité — la confiance se construit localement.



Expérience du métier

L'expérience inspire confiance aux partenaires et permet d'avancer vite en évitant les erreurs de débutant.



Accompagnement

S'entourer de professionnels, bénéficier de leurs conseils, se former au contact de spécialistes du secteur.

VI

L'Entrepreneuriat Culturel & Créatif

Spécificités, valeurs, secteurs et impact

L'Entrepreneuriat Culturel & Créatif : De Quoi Parle-t-on ?

1. Concept né de l'intérêt croissant pour la dimension économique de la culture.
2. Considéré par les pouvoirs politiques comme un moteur important de la croissance économique.
3. Les secteurs culturels et artistiques font partie de ceux qui se développent le plus fortement.
4. La culture et l'art sont omniprésents dans notre société — leur développement est primordial.
5. C'est un marché en croissance, malgré l'incertitude qui caractérise ces secteurs.
6. De plus en plus de créateurs acquièrent des compétences en gestion : comptabilité, fiscalité, droit.

L'ECC en Afrique — Chiffres Clés (OCDE, 2017)

2,4M

emplois créés par les
entrepreneurs culturels et créatifs
en Afrique

80%

des Africains considèrent
l'entrepreneuriat comme une
bonne opportunité de carrière



Forte augmentation des petites
entreprises culturelles et créatives
ces dernières années



L'entrepreneur culturel crée ou commercialise un produit ou un service culturel ou créatif ; il utilise des principes entrepreneuriaux pour organiser ou gérer son activité créative d'une manière commerciale.

Cadre Théorique : Trois Notions Clés

Entrepreneuriat

Processus économique porté par des entrepreneurs qui inscrivent leurs idées dans un marché, en partant d'opportunités identifiées.

Culture

Renvoie à l'art, à ce qui peut représenter un peuple. L'objectif va au-delà de l'économie : contribuer au bien commun qu'est l'art.

Créativité

Accompagne la création de valeur, l'innovation, l'imagination et l'originalité. Moteur de singularité des œuvres produites.

Spécificités de l'Entrepreneuriat Culturel & Créatif

1. L'offre crée sa propre demande : la demande est souvent non exprimée avant la création.
2. Fragmentation de l'offre : chaque produit est unique, sa valeur découle du travail créatif.
3. Forte dimension symbolique : le produit culturel est un bien d'expérience dont la valeur ne peut être anticipée.
4. Entrepreneur souvent initiateur solitaire, animé par sa passion pour un domaine spécifique.
5. Faiblesse des ressources propres, polyvalence requise, difficulté à embaucher des spécialistes.
6. Vision financière souvent limitée à un an ; l'autofinancement est la forme d'investissement dominante.

Profil du 'Bon' Entrepreneur Culturel (Klamer, 2011)



Saisir les opportunités

Repérer les opportunités de marché dans un contexte incertain et y répondre rapidement.



Double créativité

Créativité artistique ET managériale — innover à la fois dans le contenu et dans la gestion.



Passion pour l'art

Motivation intrinsèque forte et lien étroit avec la pratique artistique promue.



Persuasion

Inclure d'autres acteurs dans les projets, convaincre partenaires et financeurs.



Prudence & Courage

Assumer les risques inhérents à des projets particulièrement incertains.



Espoir

Maintenir une vision à long terme malgré les difficultés d'accès au financement.

L'ECC et la Création de Valeur

Valeur Économique

- ▶ Création de revenus permettant la réalisation des valeurs culturelles.
- ▶ La valeur économique n'est pas une fin en soi : elle est au service de la vision artistique.
- ▶ Les aspects économiques sont les MOYENS, non la finalité.
- ▶ Condition de viabilité et de pérennité du projet.

Valeur Culturelle & Sociale

- ▶ Contribuer au bien commun qu'est l'art.
- ▶ Valorisation des richesses culturelles, création d'emplois.
- ▶ Développement humain et social — éducation, citoyenneté.
- ▶ Prévention des conflits, égalité des sexes, identité locale.
- ▶ Rayonnement et soft power à l'international.

Les Secteurs des Industries Culturelles & Créatives

Patrimoine

Musées, monuments, marché de l'art

Spectacle vivant

Théâtre, danse, concerts, cirque

Livre

Édition, librairies, bibliothèques

Musique

Production, distribution, streaming

Jeux vidéo

Logiciels de loisirs interactifs

Cinéma

Production, distribution, exploitation

Audiovisuel

Radio et télévision

Architecture & Design

Architecture, mode, publicité, design

6 Traits de l'ECC selon Henry (2018)

1. ① Développement d'un système d'action collectif — l'ECC est rarement une aventure solitaire.
2. ② Production-diffusion d'un bien/service à forte dimension symbolique — au-delà de l'utilitaire.
3. ③ Initiative d'une ou quelques personnes très motivées et investies dans le projet.
4. ④ À partir d'une opportunité pressentie ou repérée : besoin, circonstance, ressources disponibles.
5. ⑤ Générer d'abord une valeur esthétique, culturelle et sociale — la priorité est artistique.
6. ⑥ Puis engendrer une valeur économique assurant la viabilité minimale du système.

Le Leadership Bicéphale dans les Organisations Culturelles

Compétences Artistiques

- ▶ Vision artistique et culturelle forte.
- ▶ Passion et motivation intrinsèque.
- ▶ Lien étroit avec la pratique artistique.
- ▶ Capacité à décoder les tendances culturelles.
- ▶ Intuition pour mettre le bon produit sur le marché.

Compétences Managériales

- ▶ Administration et gestion : comptabilité, fiscalité, droit.
- ▶ Réseau de partenaires : financeurs, distributeurs, médias.
- ▶ Communication et persuasion pour convaincre.
- ▶ Planification financière et opérationnelle.
- ▶ Engagement fort pour entraîner les équipes.

Financement de l'Entrepreneuriat Culturel

1. Vision souvent limitée à un an : l'horizon financier est court, contrairement à d'autres secteurs.
2. L'autofinancement est la forme dominante d'investissement des entrepreneurs culturels.
3. Difficulté à repérer des marchés clairement définis — incertitude de la demande culturelle.
4. Méfiance des acteurs financiers vis-à-vis des projets culturels — risque perçu comme élevé.
5. Importance des subventions publiques, mécénat, et des fonds spécialisés (résidences, incubateurs).
6. Nouvelles opportunités : crowdfunding culturel, plateformes de financement participatif, NFT.

ECC : Opportunités & Défis

✓ Opportunités

- ▶ Marché en croissance : secteurs culturels parmi les plus dynamiques.
- ▶ 2,4 millions d'emplois créés en Afrique (OCDE, 2017).
- ▶ Valorisation des richesses culturelles locales et identité.
- ▶ Contribution au développement humain, social et économique.
- ▶ Levier de soft power et de rayonnement international.

⚠ Défis

- ▶ Incertitude forte : résultats non anticipables, l'offre crée sa propre demande.
- ▶ Sous-emploi et fragilité financière des structures culturelles.
- ▶ Difficulté d'accès au financement classique.
- ▶ Combinaison difficile : compétences artistiques ET managériales.
- ▶ Économie informelle dominante en Afrique.

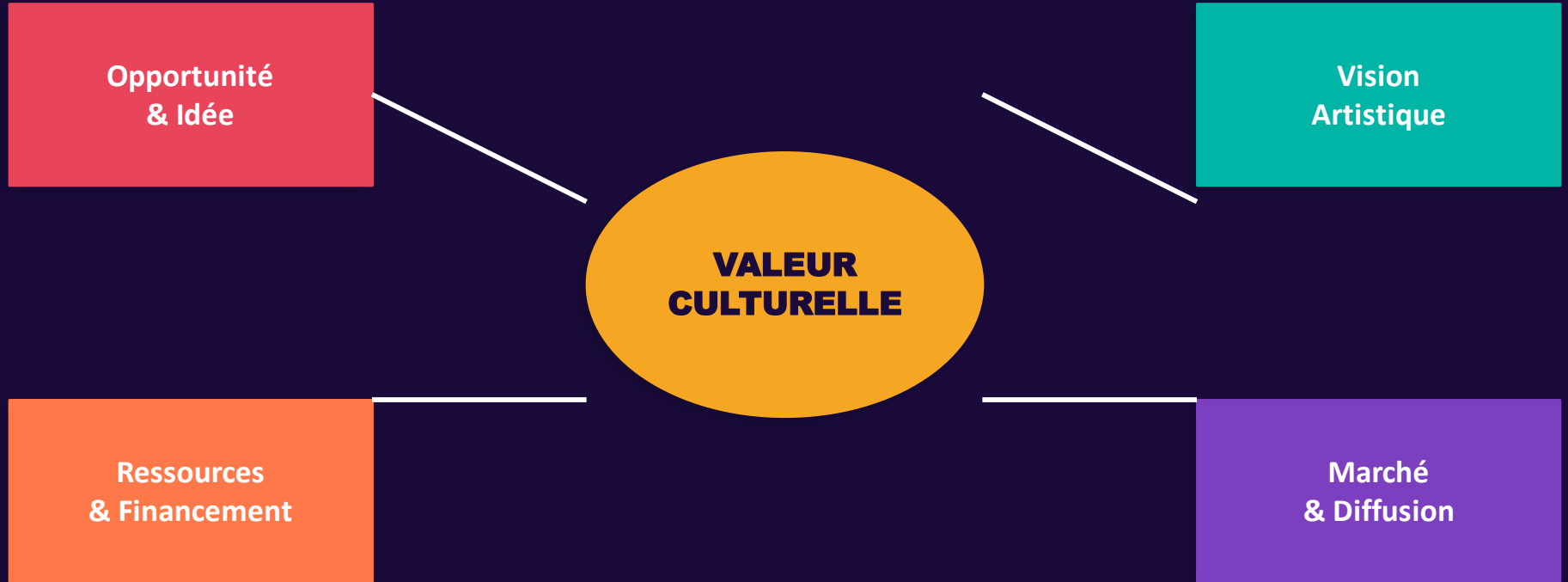
Entreprise Classique vs Entreprise Culturelle

Critère	Entreprise Classique	Entreprise Culturelle
Finalité principale	Profit maximal	Valeur artistique & sociale + viabilité économique
Nature de l'offre	Standardisée, reproductible	Unique, fragmentation de l'offre
Rapport offre/demande	Réponse à une demande existante	L'offre crée sa propre demande
Financement	Bancaire, investisseurs, marchés	Autofinancement, subventions, mécénat
Horizon de planification	Pluriannuel (3-5 ans)	Souvent annuel ou projet par projet
Compétences clés	Management, finance, marketing	Artistiques + managériales (bicéphale)
Mesure du succès	ROI, CA, parts de marché	Impact artistique + viabilité économique

Impact Économique des Industries Culturelles & Créatives

1. La notion d'ICC connaît un fort engouement sur la scène internationale depuis 20 ans.
2. Considérée comme source décisive d'avantages compétitifs et moteur de l'économie de la connaissance.
3. Objet de politiques nationales et locales depuis une dizaine d'années à l'échelle mondiale.
4. En Afrique : emplois directs liés au secteur, place significative dans la croissance économique.
5. Contribution à : l'emploi, la croissance, l'éducation, la formation professionnelle.
6. Aussi : citoyenneté, prévention des conflits, égalité des sexes, création d'identité locale.

Synthèse : Le Processus Entrepreneurial Culturel



4 Clés de Réussite de l'Entrepreneur Culturel



Maîtriser son art

Excellente connaissance de son domaine artistique et des tendances de son secteur. Sans talent, pas de projet viable.



Développer ses compétences de gestion

Comptabilité, droit, fiscalité, marketing : indispensables pour pérenniser le projet culturel.



Construire son réseau

Partenaires artistiques, financeurs, distributeurs, médias — le réseau est un actif essentiel et différenciant.



Innover continuellement

Renouveler son offre, saisir les nouvelles opportunités, rester en phase avec les évolutions culturelles et technologiques.



La valeur économique dans le cas de l'entrepreneuriat culturel n'est pas une fin en soi : elle permet de créer les revenus qui rendent alors possible la réalisation des valeurs culturelles et sociales.

— Klamer — cité dans le cours

RÉCAPITULATIF GÉNÉRAL DU COURS



Profil & Adéquation Homme/Projet



L'Entreprise : Définition, Finalités, Classification



L'Environnement : Macro & Micro



Création : 4 étapes, Études, Financement



Business Plan, Cycle de Vie, Stratégies



Entrepreneuriat Culturel & Créatif

Enjeux Futurs de l'Entrepreneuriat Culturel

1. Numérisation et plateformes : streaming, NFT, métavers culturel — de nouvelles opportunités de diffusion et monétisation.
2. Intelligence artificielle créative : co-crédation humain/IA, nouveaux modéles économiques, questionnements éthiques.
3. Durabilité culturelle : préserver la diversité culturelle face à la mondialisation des contenus.
4. Économie circulaire culturelle : réutilisation, upcycling artistique, événements zéro déchet.
5. Internationalisation : exporter les cultures africaines et maghrébines sur les marchés mondiaux.
6. Financement innovant : impact investing culturel, obligations à impact social, tokenisation des droits d'auteur.

L'Entrepreneuriat Culturel au Maroc : Panorama

1. Cinéma : le CCM soutient la production nationale — croissance constante des films marocains reconnus internationalement.
2. Musique : scène gnaoua (UNESCO), music scene urbaine (rap, afrobeat), festivals (Gnaoua, Mawazine, Jazz au Chellah).
3. Artisanat : secteur structuré par la Fondation Nationale des Musées et les coopératives artisanales.
4. Patrimoine : valorisation des médinas (Fès, Marrakech), tourisme culturel comme moteur économique majeur.
5. Numérique culturel : émergence de startups culturelles, plateformes de streaming arabophone, applications patrimoniales.
6. Défis spécifiques : économie informelle forte, protection de la propriété intellectuelle à renforcer, financement insuffisant.

Modèles Économiques dans l'ECC

Billetterie & Direct

Concerts, spectacles, musées, cinémas.
Revenus directs du public.

Subventions publiques

Soutien de l'État, régions, villes.
Contrepartie d'actions d'intérêt public.

Mécénat & Sponsoring

Entreprises privées en échange de
visibilité et déductions fiscales.

Droits & Licences

Droits d'auteur, droits voisins, licences de
diffusion, streaming.

Hybride / Multi-sources

Mix de plusieurs sources : le modèle le
plus résilient et le plus répandu.

Crowdfunding culturel

Financement participatif via Ulule,
Zoomaal, Kickstarter — communauté de
soutien.

RÉCAPITULATIF GÉNÉRAL DU COURS



Profil & Adéquation Homme/Projet



L'Entreprise : Définition, Finalités, Classification



L'Environnement : Macro & Micro



Création : 4 étapes, Études, Financement



Business Plan, Cycle de Vie, Stratégies



Entrepreneuriat Culturel & Créatif



L'entrepreneuriat culturel n'est pas seulement un modèle économique — c'est un engagement pour la culture, la société et le développement humain.

— Pr. MARINI SARA — **Entrepreneuriat Culturel & Créatif 2025**

MERCI POUR VOTRE ATTENTION

Questions & Discussion

*"La créativité est l'intelligence qui s'amuse."
— Albert Einstein*