

## Appel à contribution

### REVUE de L'ENTREPRENEURIAT

#### *Entrepreneuriat culturel et créatif : réalités et enjeux*

#### **Rédacteurs invités :**

- Dr Caroline Chapain (coordonnatrice du réseau « Creative Region in Europe » et membre du département "Entrepreneurship & Local Economy" de l'université Birmingham)
- Sandrine Emin (Maître de conférences, Université d'Angers)
- Nathalie Schieb-Bienfait (Maître de conférences HDR, Université de Nantes)

**Résumé : 30 septembre 2016**

**Texte définitif : 15 mars 2017 – Article final : 30 octobre 2017**

Depuis une vingtaine d'années, l'intérêt porté par les pouvoirs publics, les acteurs socio-économiques mais également le monde académique au secteur créatif et culturel s'est particulièrement développé en Europe (EC, 1998 ; EP, 1999 ; KEA, 2006 ; EC, 2007 ; EC, 2010 ; EP, 2012; TERA, 2014; Fleming, 2015). Concernant les acteurs politiques et socio-économiques, l'attention nouvelle portée à la culture est à relier à sa contribution à la dynamique économique mise en évidence par de nombreux rapports<sup>1</sup>, à la fois en termes de contribution directe à la croissance économique (emplois, valeur ajoutée) mais aussi indirecte en termes de 'spillovers' et contribution indirecte à l'innovation dans l'ensemble de l'économie (Fleming, 2015 ; Chapain and Hargreaves, 2016 ; Hartley et al. 2013). Cet engouement a été conforté par les travaux de Richard Florida (2002, 2005) sur la « classe créative ». De nombreuses collectivités territoriales ont alors cherché à asseoir leur développement économique sur le secteur culturel et créatif et/ou sur la « classe créative ». Elles ont misé sur la mise en œuvre de politiques supposées rendre leur territoire plus attractif (Hall, 2000 ; Landry 2001 ; Li et Li, 2011 ; Musterd and Murie, 2010 ; Musterd and Kovacs, 2013), de stratégies territoriales fondées sur la culture (Scott, 2006a, b) ou ont également soutenu le développement de clusters et de quartiers créatifs (Zheng, 2010 ; Andres et Chapain, 2013), souvent en combinant des politiques économiques, culturelles et de développement urbain (Andres and Chapain, 2015 ; Emin et Schieb-Bienfait, 2016).

En France, la commande du rapport sur l'apport de la culture à l'économie de la France par l'Inspection Générale des Finances et l'Inspection Générale des Affaires Culturelles témoigne de ce rapprochement entre culture et économie, jusqu'il y a peu encore impossible. Ce rapprochement s'inscrit dans un double tournant culturel (O'Connor, 2010 ; Ambrosino et Guillon, 2014). Le premier mouvement d'économicisation de la culture donne à voir les implications économiques des politiques culturelles en termes d'effet de levier, de création d'emplois ou encore de revenus directs et indirects. Le second mouvement de culturalisation de l'économie s'inscrit dans l'économie de la connaissance. L'économie culturelle et créative y

---

<sup>1</sup> Voir par exemple, le rapport sur « l'apport de la culture à l'économie de la France » (2013), les études KEA ou encore les études du European Center for Creative Economy (ECCE).

désigne l'ensemble des activités ayant recours à la propriété intellectuelle et orientées vers l'exploitation marchande de la création artistique, esthétique et sémiotique. Dans ce contexte, les définitions du secteur culturel et créatif se redessinent au travers de sa capacité à se positionner comme un secteur économique à part entière et de son impact positif sur l'économie et l'emploi. Selon l'union européenne, les industries créatives appelées aussi « industries culturelles » sont « des industries qui trouvent leur origine dans la créativité, les compétences et le talent d'une personne et qui ont un fort potentiel de croissance et d'emploi à travers la production et l'exploitation de la propriété intellectuelle » (DCMS and Creative Industries Task Force, 1998). Elles recouvrent des réalités socio-économiques très hétérogènes plus ou moins étendues selon les définitions (cinéma et audiovisuel, édition et presse, musique, arts du spectacle, patrimoine artistique et monumental et également jeux électroniques, design, architecture, mode,...), avec une forte prépondérance de travailleurs indépendants et de petites et moyennes entreprises (EC, 2010).

Le développement de la notion d'« entrepreneuriat culturel et créatif » durant les dix dernières années s'inscrit dans cette redéfinition (Rae, 2004 ; DCMS, 2006 ; Henry, 2008 ; NESTA, 2009 ; Hagoort and Koymann, 2009 ; HKU, 2010 ; Henry and De Bruyn, 2011 ; Markusen, 2013). Les Nations Unis défendent l'émergence d'un nouveau paradigme dans lequel l'entrepreneuriat, la créativité et l'innovation sont les principaux moteurs de l'économie mondiale (Rapport sur l'économie créative de l'UNESCO/PNUD, 2013). L'intérêt porté à l'activité créative comme ferment de nouvelles dynamiques entrepreneuriales s'est affirmé, à la fois pour mieux comprendre les effets de la créativité sur l'entrepreneuriat et l'innovation, mais aussi pour favoriser les conditions sociales, culturelles, géographiques de son développement (interactions, mise en réseau, 'spillover'...) (Scott, 2006 a et b ; Chapain et Comunian, 2010).

D'un point de vue académique, la parution en 2000 de l'ouvrage de Richard Caves sur les industries créatives constitue une étape importante, à partir de laquelle les chercheurs en sciences humaines et sociales vont s'intéresser aux problématiques des industries créatives et de l'entrepreneuriat culturel (Swedberg, 2006) dans une perspective plus théorique. Les ouvrages de Henry (2008) et Henry et De Bruyn (2011) offrent, par exemple, des débuts de réflexion sur de nombreuses questions en lien avec la nature de l'entrepreneuriat créatif, les défis pour les créateurs de concilier objectifs artistiques et commerciaux, les processus de création et d'innovation et les types de politiques qui peuvent être mises en place pour soutenir et encourager l'entrepreneuriat culturel et créatif. En Angleterre, certains auteurs et institutions ont par exemple commencé à s'intéresser à la manière de promouvoir les compétences entrepreneuriales dans le secteur culturel et créatif au sein des cursus universitaires ou autres à partir du milieu des années 2000 (Rae, 2004 ; DCMS, 2006 ; NESTA, 2009). Cependant, les apports scientifiques notamment menés par des chercheurs en entrepreneuriat et plus largement en sciences humaines et sociales sont encore limités. Il existe aussi peu de recueils offrant des perspectives comparatives, tenant compte de l'influence des contextes culturels, sociaux, économiques et politiques sur les dynamiques entrepreneuriales dans le secteur culturel et créatif. Or, les recherches en économie géographique ont démontré à quel point ceux-ci peuvent influencer à la fois la dynamique entrepreneuriale (Sam, Florida and Acs, 2004 ; Bosma et Schutjens, 2010) et créative (Chapain, Clifton and Comunian, 2013). Cette question est particulièrement intéressante dans le contexte européen étant donné la diversité des politiques mises en place à la fois aux niveaux local, régional, national et de la Commission Européenne en matière d'entrepreneuriat comme souligné par HKU (2010) et des forces différentielles des villes, régions et pays européens dans le secteur culturel et créatif (Power, 2011). Il est donc

important de continuer à développer notre compréhension de l'entrepreneuriat culturel et créatif et de ses multiples manifestations à travers l'Europe.

Par exemple, la définition proposée dans le rapport Hearn « Sur le développement de l'entrepreneuriat dans le secteur culturel en France » (2014) montre le chemin encore à parcourir et encourage à se tourner vers la communauté scientifique pour éclairer ce champ d'étude. L'entrepreneur culturel y est présenté comme « le fondateur d'une personne morale immatriculée au registre du commerce et des sociétés (RCS) qui commercialise un produit ou service culturel, dont il est ou non à l'initiative, en s'insérant dans des logiques entrepreneuriales (rentabilité, croissance, profit) ». L'entrepreneuriat dans le secteur culturel serait donc « d'abord statutaire, avant de se définir par domaine, par filière (musique, spectacle vivant, art contemporain notamment) ou par seule posture entrepreneuriale » (Rapport Hearn, 2014 : 12). Et ce, paradoxalement dans la mesure où, d'une part, l'entrepreneuriat culturel et créatif s'articule avec l'univers associatif (Emin et Guibert, 2009 ; Emin, Guibert, Parent, 2015), d'autre part, l'entrepreneuriat culturel s'inscrit dans un « nouvel esprit du capitalisme » (Boltanski et Chiapello, 1999). Ainsi, en France, environ un tiers des établissements culturels sont des structures de l'économie sociale et solidaire (ESS) et la culture est l'un des tout premiers secteurs de l'ESS (CNCRES, 2014). Reconnaître et mieux comprendre l'articulation des objectifs économiques, sociaux et culturels inhérent au secteur culturel et créatif a été mis de l'avant par plusieurs auteurs (voir Chapain and Hargreaves, 2016 pour une revue). De plus, si le secteur culturel compte des acteurs industriels, il repose également sur des travailleurs indépendants (free-lance, artistes, auto-entrepreneurs) et sur des configurations organisationnelles réinventées, dans lesquelles les acteurs créatifs collaborant en mode projet (Menger, 2002), sont impliqués dans des réseaux d'échange très interconnectés, fondés sur toutes les formes de proximité, à l'échelle de métropoles urbaines, de quartiers spécifiques ou encore de clusters dédiés (Evans, 2009 ; Emin et Schieb-Bienfait, 2016). L'artiste ou l'acteur culturel est tout à la fois et tour à tour « travailleur au projet, créateur de son propre emploi, chef d'équipe quand il doit réunir autour de lui des collaborateurs aux talents divers, agent de son propre succès commercial ou médiatique, inventeur de structures nouvelles... » (SmartBe, 2011 : 12). Dans ce cadre, se saisir de la dimension entrepreneuriale de l'activité artistique ainsi que des caractéristiques créatives de l'activité entrepreneuriale (Menger, 2002), rapprocher l'artiste de l'entrepreneur pour mieux aborder la fonction entrepreneuriale, explorer les travaux d'économistes et de sociologues (comme Schumpeter ou Weber) pour éclairer conceptuellement l'entrepreneuriat culturel et créatif (Swedberg, 2006), sont autant de perspectives intéressantes pour progresser dans la caractérisation de l'entrepreneuriat culturel et créatif.

Notre compréhension du phénomène entrepreneurial doit également passer par l'observation et la compréhension des pratiques individuelles et sociales des entrepreneurs culturels, dans une perspective pragmatique (Marchesnay, 2012); le pragmatisme (Dewey) constituant, selon Joas (2004), une voie féconde à une compréhension de l'agir humain axée sur la dimension créative. D'autres travaux récents (Dupuy et al., 1999, Hatchuel, 2005), consacrés à ouvrir de nouvelles perspectives pour une épistémologie de l'action, nous invitent à examiner les représentations et dispositifs de l'action repérés dans l'entrepreneuriat culturel et créatif. Le secteur créatif et culturel, lieu privilégié d'expérimentation et de dynamiques entrepreneuriales variées individuelles ou collectives (mutualisation, groupement d'employeurs, collectif d'artistes, mode projet...), offre des terrains particulièrement propices pour penser l'émergence de l'action collective (Bréchet, Schieb-Bienfait, Desreumaux, 2009) et repérer une « révision inventive » de modèles collectifs de l'action (Hatchuel, 2005) ainsi

que pour questionner les objets, pratiques et dispositifs de gestion (modèles d'activité, modes de financement, pratiques de management de projet...).

Aussi beaucoup de choses restent à clarifier et étudier au sujet de l'entrepreneuriat culturel et créatif qui nécessite une théorisation solide et des travaux empiriques que ce soit au niveau de sa caractérisation, de son processus ou de sa rationalisation. De plus reconnaître sa diversité à travers les différents contextes européens nous semble important. Le présent appel à communication a pour objectif de réunir différents types de contributions sur le thème de l'entrepreneuriat créatif et culturel en Europe. Des travaux issus des différents domaines des sciences de gestion ainsi que des sciences humaines et sociales (telles que la sociologie, la psychologie, le droit, la géographie) peuvent être proposés. Les contributions pourront répondre aux axes problématiques identifiés ci-dessous, sans exclusive.

#### ▪ **Caractérisation de l'entrepreneuriat et de l'entrepreneur culturel et créatif**

Les contributions s'attachant à asseoir des définitions de l'entrepreneuriat culturel et créatif et une meilleure compréhension de l'entrepreneur culturel sur des fondements théoriques ou ancrés dans les pratiques sont attendues. Elles pourront répondre à tout ou partie des questions suivantes : Quels sont les contours de l'entrepreneuriat culturel et créatif ? Quelles en sont les formes et les modalités concrètes ? Quels sont ses rapports à l'entrepreneuriat social, à l'entrepreneuriat en économie sociale et solidaire ? Quels éclairages conceptuels et théoriques sont proposés par les sciences humaines et sociales sur ces questions ?

Quelles sont les relations entre identités artistiques et entrepreneuriales ? Quelles peuvent être les motivations et les tensions qui traversent l'« artiste-entreprise » qui doit gérer la mise en synergie des deux dynamiques, artistiques et économiques, de production de ses œuvres (Grefte, 2012) ? Quelles sont les figures de l'artiste entrepreneur ou de l'entrepreneur culturel ? Quels éclairages apportent le fait de voir l'artiste comme un « entrepreneur » ou au contraire l'entrepreneur comme un artiste ? Etc.

#### ▪ **Dynamiques entrepreneuriales / processus entrepreneuriaux dans le secteur culturel et créatif**

Les recherches s'attachant à décrire et analyser les processus d'émergence dans le secteur créatif et culturel et créatif sont attendues. Quels sont les modes spécifiques des artistes et travailleurs créatifs pour identifier, explorer et exploiter des opportunités ? Quelles sont les particularités des processus d'émergence, bricolage, effectuation dans les industries culturelles et créatives ? Entre émergence spontanée et démarche structurée, quels sont les processus entrepreneuriaux individuels et collectifs observables dans le secteur culturel et créatif ? Quelles connaissances peut-on tirer de l'analyse des processus d'expérimentation à l'œuvre dans ces secteurs ?

Quelles sont les pratiques des entrepreneurs culturels et créatifs ? Quels sont les acteurs parties prenantes des dynamiques entrepreneuriales culturelles et créatives (rôle des pouvoirs publics, des collectifs, des intermédiaires, des structures d'accompagnement à la création...) ? Quels sont les rôles des réseaux sociaux ou encore de l'espace physique dans ces dynamiques ? Observe-t-on de nouvelles dynamiques avec le développement de tiers lieux, d'espaces de co-working voire de structures d'accompagnement dédié à l'entrepreneuriat culturel et créatif ? Existe-il des dynamiques nouvelles d'innovation, des processus de fertilisation croisée avec les secteurs traditionnels et sur quoi reposent-ils ? Etc.

## ▪ Pratiques et dispositifs de gestion en entrepreneuriat culturel et créatif

Il s'agit notamment d'interroger les usages des outils de gestion, entre conformité et innovation (Avare et al., 2008), en entrepreneuriat culturel et créatif. Pourront donc être questionnés les modes de financement du démarrage et du développement de l'entrepreneuriat artistique et culturel (crowdfunding, mécénat...), les modèles économiques dans le secteur culturel (liens entre projet artistique et activités génératrices de revenus, diversité des modèles selon les filières...), les pratiques sur le plan juridique (place du statut associatif, modalités du travail au projet...). Ou encore l'influence de la formation et de l'accompagnement sur l'entrepreneuriat culturel et créatif (qualités et aptitudes nécessaires pour créer et soutenir des projets créatifs, renforcement des compétences et développement des capacités entrepreneuriales des artistes et travailleurs créatifs), etc.

### Calendrier de la publication :

- **30 septembre 2016** : date limite de soumission des résumés par les auteurs.
- **30 octobre 2016** : retour aux auteurs des évaluations.
- **15 mars 2017** : date limite de réception des textes complets par les auteurs.
- **30 juin 2017** : retour aux auteurs de la décision finale.
- **30 octobre 2017** : envoi des textes définitifs pour parution dans le numéro thématique.

### Contact : Sandrine Emin et Nathalie Schieb-Bienfait

L'envoi des résumés et des propositions doit être réalisé par mail, avec l'objet « numéro spécial Entrepreneuriat culturel et créatif », à sandrine.emin@univ-angers.fr ET nathalie.schieb-bienfait@univ-nantes.fr (destinataire), et soumission@entrepreneuriat.com (copie). Les résumés et textes soumis doivent être envoyés sous format word.

Les résumés, de 1200 mots au maximum, doivent préciser le sujet, la problématique, le cadre théorique, la méthodologie et comporter une bibliographie.

Les propositions doivent respecter le format de présentation de la Revue de l'entrepreneuriat. Voir la note aux auteurs : <http://www.entrepreneuriat.com/pole-recherche/la-revue-nouvelle-formule/note-aux-auteurs/#c958>

### Bibliographie indicative

- Ambrosino C. et Guillon V. (2014), « Les tournants culturels des sociétés urbaines », in G. Djament-Tran, P. San Marco (dir.). *La métropolisation de la culture et du patrimoine*, Le manuscrit, p.61-76.
- Andres L., Chapain C., (2013), « The Integration of Cultural and Creative Industries into Local and Regional Development Strategies in Birmingham and Marseille: towards an inclusive and collaborative Governance? », *Regional Studies*, February, Vol. 47, No. 2, p.161-182.
- Andres L., Chapain C. (2015) « Creative Systems: a new integrated approach to understanding the complexity of cultural and creative industries in Eastern and Western countries », In J. Bryson and P. Daniels, *The Handbook of Service Business*, Cheltenham: Edward Elgar.
- Boltanski L., Chiapello E. (1999), *Le nouvel esprit du capitalisme*, éd. Gallimard.
- Bosma N., Schutjens V. (2011) Understanding regional variation in entrepreneurial activity and entrepreneurial attitude in Europe. *The Annals of Regional Science*, 47(3): 711-742

- Bréchet J-P, Schieb-Bienfait N., Desreumaux A. (2009), « les figures de l'entrepreneur dans une théorie de l'action fondée sur le projet », *Revue de l'entrepreneuriat*, vol. 8, n°1, p. 37-54.
- Bureau d'étude SmartBe (coord.) (2011), *L'artiste un entrepreneur ?*, Ed. Les Impressions nouvelles.
- Caves R. (2000), *Creative industries: contacts between art and commerce*, Cambridge, MA / Harvard University Press.
- Chapain C., Comunian R. (2010), « Enabling and Inhibiting the Creative Economy: The Role of the Local and regional Dimensions in England », *Regional Studies*, vol. 44 (6): p.717-734.
- Chapain C., Clifton N., Comunian R. (2013) 'Understanding Creative Regions: Bridging the Gap between Global Discourses and Regional and National Contexts.' *Regional Studies*, Vol. 47(2): 131-134
- Chapain C., Hargreaves I. (2016) 'Citizenship in the creative economy' in I. Hargreaves and J. Hartley (eds) *The Creative Citizen Unbound: how social media and DIY culture contribute to democracy, communities and the creative economy*. Bristol: Policy Press.
- Observatoire national de l'ESS – CNCRES (2014), Atlas commenté de l'économie sociale et solidaire, *Hors série Juris Associations*.
- DCMS and Creative Industries Task Force (1998), *Creative Industries 1998 : Mapping documents*, London: UK Department for Culture, Media and Sport.
- Department for Culture Media and Sport [DCMS] (2006) *Developing Entrepreneurship for the Creative Industries. The Role of Higher and Further Education*. London: DCMS.
- Dupuy J.-P., Livet P., Reynaud B., (1999) (sous la direction), *Limites de la rationalité et construction des collectifs*, Colloque de Cerisy, La Découverte, Paris.
- ECCE, rapports parus accessibles sur : <http://www.e-c-c-e.de/en/publications/publication/>
- Emin S. et Guibert G, (2009), « Mise en œuvre des sociétés coopératives d'intérêt collectif (SCIC) dans le secteur culturel : diversités entrepreneuriales et difficultés managériales », *Innovations. Revue d'Economie et de Management de l'innovation*, 2009/2, n°30, 71-97.
- Emin S., Guibert G., Parent E., (2016), DIY vs Education populaire. Analyse de l'émergence et de la persistance d'une scène musicale locale, *L'Observatoire. La revue de politiques culturelles*, n°47, Hiver.
- Emin S. et Schieb-Bienfait N. (coord.), 2016, *Clusters, villes et quartiers créatifs*, *Presses Universitaires de Rennes*, (à paraître).
- European Commission [EC] (1998). *Culture, the cultural industries and employment in commission staff working paper document sec (98) 837* Brussels: European Commission.
- European Commission [EC] (2010) *Green Paper: Unlocking the potential of cultural and creative industries*. COM (183), Brussels.
- European Parliament [EP] (1999) *Cultural industries and employment in the countries of the European Union. Summary. Education and Culture Series EDUC 104A available online at: [http://www.europarl.europa.eu/workingpapers/educ/104aensum\\_en.htm](http://www.europarl.europa.eu/workingpapers/educ/104aensum_en.htm) [Accessed on 16th February 2016]*
- European Parliament [EP] (2013) *European cultural and creative sectors as sources of economic growth and jobs*. European Parliament resolution of 12 September 2013 on promoting the European cultural and creative sectors as sources of economic growth and jobs (2012/2302(INI)) Available online at: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+TA+P7-TA-2013-0368+0+DOC+PDF+V0//EN> [Accessed on 15<sup>th</sup> February 2015]
- Fleming Tom Creative Consultancy (2015) *Cultural and Creative Spillovers in Europe. Report on a preliminary evidence review*. Available online at:

<http://www.artscouncil.org.uk/advice-and-guidance/browse-advice-and-guidance/cultural-and-creative-spillovers-europe> [Accessed on 16th February 2016]

Kancel S., Itty J., Weill M., (2013), *L'apport de la culture à l'économie de la France*, Rapport à l'Inspection Générale des Finances et à l'Inspection Générale des Affaires Culturelles, décembre, sous la supervision de B. Durieux.

KEA, Rapports d'études sur le lien culture et territoires, voir <http://www.keanet.eu/fr/publications/culture-and-territories/>

Evans G. (2009) From cultural quarters to creative cluster – creative spaces in the new city economy; in Legnér, M. and Ponzini D., (eds) *Cultural Quarters and Urban Transformation: International Perspectives*. Klintehamn: Gotlandica förlag.

Florida R. (2002), *The Rise of the Creative Class and how it's transforming Work, Leisure, and Everyday Life*, New York, Basic books.

Florida R. (2005), *The flight of the Creative Class, the New Global Competition for Talent*, New-York, Harper Business.

Grefte X. (2012), *L'artiste-entreprise*, Dalloz.

Hagoort, G and Kooyman, R (2009) *Creative Industries: Colourful Fabric in Multiple Dimensions*, Chicago: University of Chicago Press Hall P. (2000), « Creative cities and economic development », *Urban Studies*, vol. 37, n°4, p.639-649.

Hartley J., Potts J., Cunningham S., Flew T., Keane M. and Banks J. (2013) *Key concepts in the creative industries*. London: Sage

Hatchuel A. (2005), "Pour une épistémologie de l'action : l'expérience des sciences de gestion", in Teulier R. et Lorino P. (sous la direction), *Entre connaissance et organisation : l'activité collective : l'entreprise face au défi de la connaissance*, colloque de Cerisy, Editions La Découverte.

Hearn S. (en association avec O.Saby), (2014), « Sur le développement de l'entrepreneuriat dans le secteur culturel en France », Rapport à la ministre de la culture et au ministre de l'économie, juin.

Henry C. (2008) 'Introduction' and 'Conclusion' in Henry C. (ed) *Entrepreneurship in the Creative Industries. An International Perspective*. Cheltenham, UK: Edward Elgar.

Henry C. and De Bruyn A. (2011) *Entrepreneurship and creative economy. Process, practice and policy*. Cheltenham: Edward Elgar.

HKU, (2010), *The Entrepreneurial Dimension of the Cultural and Creative Industries*, Hogeschool voor de Kunsten Utrecht, Utrecht.

Joas H. (2004), *La créativité de l'agir*, Cerf

Landry C. (2001), *The Creative City*, Londres, Earthscan / Comedia

Li S., Li X. (2011), « The role of cultural creative industry in the process of the city development: the case of Jingdezhen » in *Studies in Sociology of Science*, vol.2, n°2, p.74-88

Marchesnay M. (2012), « Une approche pragmatique de l'entrepreneur », *Revue internationale de psychosociologie et de gestion des comportements organisationnels*, vol. XVIII, n°46, Hiver, p.95-105

Markusen (2013) *How cities can nurture cultural entrepreneurs? Policy brief for the Ewing Marion Kaufmann Foundation*, presented at the Mayors Conference on Entrepreneurship, Kansas City, Mo., November 20, 2013. University of Minnesota: Ewing Marion Kauffman Foundation

Menger, P.M., (2002), *Portrait de l'artiste en travailleur*, Paris : Ed. du Seuil.

Musterd S., Murie A. (eds) (2010) *Making Competitive Cities: Pathways, Actors and Policies*. Chichester: Wiley & Sons.

Musterd S., Kovacs Z. (eds) (2013) *Place Making and Policies for Competitive Cities*. Chichester: Wiley & Sons.

- Nathan M., Pratt, A. and Rincon-Azar A. (2015) *Creative employment in the EU and the UK. A comparative analysis*. London: NESTA.
- NESTA (2009) *Creative Enterprise Toolkit* available at: <http://www.nesta.org.uk/enterprise-toolkit/>
- O'Connor, J., (2010), *The cultural and creative industries: a literature review* [2nd ed.]. Creativity, Culture and Education Series. Creativity, Culture and Education, London.
- Power D. (2011) *Priority Sector Report: Creative and Cultural Industries*. European Cluster Observatory, Europa Innova Paper N. 16, Brussels: European Commission.
- Rae, D (2004) Entrepreneurial learning: a practical model from the creative industries' *Education and Training*, Vol 46 No 8-9,
- Sam Y.-L., Florida R. and Acs Z (2004): Creativity and Entrepreneurship: A Regional Analysis of New Firm Formation, *Regional Studies*, 38:8, 879-891
- Scott A. (2006a), "Entrepreneurship, Innovation and industrial Development: geography and the Creative field revisited", *Small Business Economics*, vol.26, p. 1-24
- Scott A. (2006b), « Creative Cities: conceptual issues and policy questions », *Journal in Urban affairs*, vol.28, n°1, p . 1-17
- Swedberg R. (2006), "The cultural entrepreneur and the creative industries: beginning in Vienna", *Journal of cultural economy*, 30, p. 243-261
- TERA (2014) *The economic contribution of the creative industries to EU GDP and employment. Evolution 2008-2011*. Available online: <http://www.teraconsultants.fr/en/issues/The-Economic-Contribution-of-the-Creative-Industries-to-EU-in-GDP-and-Employment> [Accessed 21st December 2014]
- Unesco-PNUD (2013), *Rapport sur l'économie créative, élargir les voies du développement local, édition spéciale*, <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf>
- Zheng J. (2010), « the entrepreneurial state in creative industry cluster development in Shanghai », *Journal of Urban Affairs*, vol. 32, n°2, p.143-170