Le rôle d'intermédiation des activités entrepreneuriales du *middleground* dans la circulation des idées créatives. Le cas du krautrock[1]

Paul MULLER

Paul Muller est maître de conférences HDR de sciences économiques. Ses recherches s'intéressent aux problèmes de gouvernance collective des processus créatifs. Ses champs de spécialisation portent sur l'industrie musicale et le secteur de l'économie sociale et solidaire.

Université de Lorraine, Université de Strasbourg
CNRS, BETA
54000, NANCY, France
paul.muller@univ-lorraine.fr

Bérangère L. SZOSTAK

Bérangère L. Szostak est spécialisée en management stratégique de la créativité organisationnelle dans les industries culturelles et créatives, les PME, l'économie sociale et solidaire. Ses travaux sont publiés, entre autres, dans Revue française de gestion, M@n@gement, Journal of Innovation Economics & Management.

Université de Lorraine, Université de Strasbourg
CNRS, BETA
54000, NANCY, France
berangere.szostak@univ-lorraine.fr

Thierry BURGER-HELMCHEN

Thierry Burger-Helmchen est professeur de sciences de gestion à l'Université de Strasbourg et chercheur au BETA. Ses enseignements et ses travaux portent sur les applications des outils économiques à l'analyse des objectifs, de l'organisation et des stratégies des entreprises innovantes.

Université de Strasbourg, Université de Lorraine
CNRS, BETA
67000, STRASBOURG, France
burger@unistra.fr

1 Nous souhaitons remercier Julie Bérubé et Jacques-Bernard Gauthier, les éditeurs du numéro spécial, ainsi que les rapporteurs anonymes de l'article pour leurs conseils avisés, ayant permis d'en améliorer la qualité.

EXEMPLAIRE AUTEUR - DIFFUSION ET COMMERCIALISATION INTERDITES - © RIPME/EMS

Résumé

*Le modèle de l'écosystème créatif de Cohendet, Grandadam et Simon (2011) montre que les idées créatives peuvent circuler entre l'*underground *et l'*upperground *grâce au* middleground. *Ceci est rendu possible au travers de l'activation de quatre mécanismes spécifiques : les lieux, les espaces, les événements et les projets. Pourtant, peu de travaux empiriques explicitent les processus permettant leur activation. Nous explorons le rôle joué par les activités entrepreneuriales en insistant sur leurs apports en termes d'intermédiation. Nous développons notre argumentation au travers de l'étude d'un écosystème créatif de l'industrie de la musique, celui du krautrock, un courant musical ayant joué un rôle essentiel dans l'évolution esthétique des musiques actuelles depuis la fin des années soixante-dix. Une enquête qualitative sur des données historiques montre que ces activités entrepreneuriales (fondation de labels, ouverture de lieux de répétition, d'enregistrement et de concerts ou organisation de festival), jouent un rôle d'intermédiation prenant différentes formes suivant le type de mécanisme activé et qu'elles peuvent varier au fil du temps.*

Mots-clés

Entrepreneur, Industries culturelles et créatives, Intermédiation, Effectuation, Causation

The role of middleground's entrepreneurial activities for the circulation of creative ideas. The case of krautrock music

Abstract

The model of the creative ecosystem (Cohendet, Grandadam et Simon, 2011) shows that creative ideas can circulation between the underground and the upperground through the middleground. This is made possible through the activation of specific mechanisms, places, spaces, events and projects. However, the issue of the processes involved in their activation has been, so far, understudied. This article highlights the role of entrepreneurial activities in this activation. Our argument relies on the case of krautrock, a musical genre that has played a major role for the evolution of modern popular music from the end of the 1970's on. We argue that entrepreneurial activities, which consist in the settling of labels, as well as of rehearsal, recording and concert places, or in organizing festivals, embed an intermediation feature facilitating the circulation and diffusion of creative ideas. Furthermore, we show that this intermediation function takes different forms depending on the mechanism at stake and with the evolution of the ecosystem.

Keywords

Entrepreneur, Cultural and creative industries, Intermediation, Effectuation, Causation

El papel de intermediación de las actividades empresariales del medio en la circulación de las ideas creativas. El caso de la música krautrock

Resumen

El modelo de ecosistema creativo de Cohendet, Grandadam et Simon (2011) muestra que las ideas creativas pueden fluir entre el subsuelo y la parte superior a través de la parte media. Esto es posible

EXEMPLAIRE AUTEUR - DIFFUSION ET COMMERCIALISATION INTERDITES - © RIPME/EMS

gracias a la activación de cuatro mecanismos específicos : lugares, espacios, eventos y proyectos. Sin embargo, pocos trabajos empíricos explican los procesos que permiten su activación. Exploramos el papel que desempeñan las actividades empresariales insistiendo en sus contribuciones en términos de intermediación. Desarrollamos nuestro argumento a través del estudio de un ecosistema creativo en la industria de la música, el del krautrock, una corriente musical que ha jugado un papel esencial en la evolución estética de la música contemporánea desde finales de los años 70. Un estudio cualitativo de los datos históricos muestra que esas actividades empresariales (por ejemplo, la fundación de sellos discográficos, la apertura de locales de ensayo, grabación y conciertos o la organización de festivales), desempeñan una función de intermediación que adopta diferentes formas según el tipo de mecanismo activado y que pueden variar a lo largo del tiempo.

Palabras clave
Empresario, Industrias culturales y creativas, Intermediación, Efectuación, Causación

INTRODUCTION

Bien que ne représentant à l'heure actuelle que 4 % du PIB mondial (Ernst & Young, 2015), les industries culturelles et créatives (ICC) constituent un enjeu économique majeur. Il s'agit d'un secteur d'activité en forte croissance qui est aussi à la base d'effets d'entraînement sur la créativité au sein de nombreux secteurs d'activité (Chapain, Emin et Schieb-Bienfait, 2018). Une raison vient d'un trait caractéristique des ICC : leur forte intensité entrepreneuriale, avec une part significative d'entrepreneurs indépendants, qui sont à la source des idées créatives (Menger, 2014 ; Ernst & Young, 2015). Cependant, qu'ils soient individuels ou collectifs, ces entrepreneurs sont essentiellement étudiés en sciences économiques et de gestion suivant leur propre activité créative (Swedberg, 2006). D'un point de vue théorique, ceci revient à considérer que leurs activités entrepreneuriales, soit les interactions entre agents économiques, sont isolées les unes des autres et que les idées créatives, qui en sont au fondement, sont circonscrites à l'activité elle-même et à l'entrepreneur. En d'autres termes, les idées créatives sont considérées comme consubstantielles à l'activité et l'on ne cherche pas à comprendre comment elles se sont formalisées (Parmentier, Szostak et Rüling, 2017).

Or, la créativité est encastrée dans des contextes socioculturels particuliers qui en déterminent leur dynamique, comme le montre la littérature sur les territoires et écosystèmes créatifs (Moureau, Sagot-Duvauroux et de Vrièse, 2014 ; Emin et Sagot-Duvauroux, 2016 ; Mehouachi, Grandadam, Cohendet et Simon, 2017). Il apparaît dès lors pertinent de tenir compte de ces contextes dans la compréhension de l'origine de ces idées et leur circulation (Ford, 1996), mais, hormis quelques recherches (Cohendet, Grandadam et Simon, 2010, 2011 ; Dechamp et Szostak, 2016), la littérature traitant des ICC s'en est peu préoccupée et considère que, dans un sens, les idées créatives développées dans le cadre d'une activité entrepreneuriale préexistent en tant que telles. Pourtant, des recherches sur la circulation de ces idées créatives permettraient de mieux comprendre comment elles sont générées au sein d'une activité économique (par exemple, en design ou musique), comment elles peuvent en inspirer, voire renouveler d'autres (par exemple, la mode, mais aussi l'automobile, l'habitat, etc.).

Pour instruire un tel projet de recherche, nous retenons un cadre théorique appréhendant ces ICC comme des écosystèmes créatifs. Il s'agit du modèle proposé par Cohendet, Grandadam et Simon (2010, 2011). Il est composé de trois niveaux : l'*underground* (regroupant les acteurs

EXEMPLAIRE AUTEUR - DIFFUSION ET COMMERCIALISATION INTERDITES - © RIPME/EMS

créatifs : *hackers*, bricoleurs, artistes, etc.), l'*upperground* (regroupant les acteurs institutionnels) et le *middleground* (ou ensemble d'acteurs dits intermédiaires entre les deux précédents niveaux) (Simon, 2009 ; Cohendet, Grandadam et Simon, 2010 ; Grandadam, Cohendet et Simon, 2013). Ce modèle montre que les idées créatives peuvent circuler entre *l'underground* et *l'upperground* par le biais du *middleground*, au travers de mécanismes de types lieux, espaces, événements et projets (Sarazin, Cohendet et Simon, 2017). Cependant, peu de travaux empiriques explicitent les processus à la base de cette circulation d'idées créatives. Ces idées ayant pour objet la création de nouveauté dans l'espace culturel (Swedberg, 2006), nous faisons le choix de considérer les activités entrepreneuriales développées au niveau du *middleground* selon les mécanismes précités en les analysant d'après la théorie de l'effectuation (Sarasvathy, 2001 ; Hjorth, 2015 ; Héraud, Kerr et Burger-Helmchen, 2019). Ces activités entrepreneuriales comportent une fonction d'intermédiation entre les acteurs des différents niveaux, facilitant ainsi la circulation des idées, suivant une logique de type ascendante. Il s'agit alors dans cette recherche de comprendre plus précisément le rôle d'intermédiation de ces activités entrepreneuriales dans la circulation des idées créatives au sein des écosystèmes créatifs.

À cette fin, nous menons une enquête qualitative longitudinale sur des données historiques dans le cas d'un écosystème créatif du secteur de la musique : celui du krautrock. Il s'agit d'un courant musical ayant trouvé son origine dans l'Allemagne de l'Ouest de la seconde moitié des années soixante. Bien que n'ayant eu qu'un succès commercial modeste, les experts des musiques actuelles (chercheurs sociologues, historiens, musicologues et journalistes spécialisés) montrent que ce courant a joué un rôle clé dans l'évolution des musiques actuelles occidentales (rock, pop) et dans l'émergence de certains courants musicaux aujourd'hui dominants (musiques électroniques et hip-hop). Ce cas nous permet, premièrement, de mieux comprendre comment des idées créatives se sont diffusées dans l'industrie des musiques actuelles et, deuxièmement, de caractériser le rôle qu'y ont joué les activités entrepreneuriales du *middleground*, correspondant à la fondation de labels, l'ouverture de lieux de répétition, d'enregistrement et de concerts ou à l'organisation de festivals. De ce fait, cette étude contribue à mieux appréhender comment des entrepreneurs, liés à un courant situé dans les marges géographiques, politiques et économiques (la production artistique dans le domaine des musiques actuelles était, en ce temps, dominée et contrôlée par des acteurs américains et anglo-saxons), ont contribué à la circulation d'idées ayant influencé de manière déterminante la production musicale postérieure.

La suite de cet article est organisée en quatre parties. Dans une première partie, nous revenons sur le modèle de l'écosystème créatif des ICC, en insistant plus particulièrement sur le rôle des activités entrepreneuriales dans la diffusion des idées créatives. Dans une deuxième partie, nous présentons le cas, ainsi que la méthode d'analyse mobilisée. La troisième partie est consacrée à une présentation des résultats. La quatrième partie discute ces résultats et conclut.

EXEMPLAIRE AUTEUR - DIFFUSION ET COMMERCIALISATION INTERDITES - © RIPME/EMS

EXEMPLAIRE AUTEUR - DIFFUSION ET COMMERCIALISATION INTERDITES - © RIPME/EMS

1. CADRE CONCEPTUEL

1.1. Le modèle de l'écosystème créatif : la circulation des idées créatives par l'intermédiaire du *middleground*

Dans cette recherche, nous nous appuyons sur le modèle de l'écosystème créatif développé par Cohendet, Grandadam et Simon (Cohendet, Grandadam et Simon, 2009 ; Cohendet, Grandadam, Simon et Capdevila, 2014 ; Grandadam, Cohendet et Simon, 2013 ; Sarazin, Cohendet et Simon, 2017). Dans ce modèle, les processus créatifs se produisant au sein de l'écosystème ne se réduisent pas aux activités d'innovation menées au sein des firmes existantes. En référence aux réflexions de Florida (2005), il convient de considérer que les processus créatifs reposent sur les interactions entre des acteurs de différents niveaux : l'*upperground*, le *middleground* et l'*underground*.

L'*upperground* concerne l'ensemble des acteurs publics et privés considérés comme institutionnels (Simon, 2009). Il s'agit du niveau privilégié pour la valorisation économique des innovations, qu'elles soient technologiques, immatérielles ou organisationnelles, passant notamment par leur mise en marché. Se retrouvent là les institutions traditionnelles (gouvernements, collectivités, organismes de formation et de recherche), mais aussi les entreprises de droit commercial, comme des labels à but lucratif, parmi lesquels les majors et leurs filiales, et les grands médias. En outre, dans le cadre des ICC, les consommateurs finaux occupent une place importante, ces derniers étant une partie prenante forte des processus créatifs (Becker, 1984).

L'*underground* regroupe des acteurs créatifs individuels : artistes amateurs et personnes créatives (Fisher et Amabile, 2011) qui contribuent au bouillonnement créatif à l'origine des nouvelles idées. Ce niveau se caractérise par des activités créatives, artistiques et culturelles, se déroulant en dehors de toute organisation liée à une activité économique, voire ayant lieu « dans les garages ». L'*underground* inclut, par exemple, des artistes et collectifs artistiques (groupes de musique, collectifs de *street art* [art urbain], etc.) pratiquant une activité créative à titre privé et confidentiel. À l'inverse de l'*upperground*, la logique marchande y est absente, au bénéfice éventuel de logiques économiques basées sur la réciprocité. Les pratiques culturelles et créatives menées dans l'*underground* s'affranchissent donc des contraintes marchandes et bénéficient d'une plus grande latitude pour l'expérimentation. Certains acteurs défendent même des utopies ou de nouvelles visions de la société[2]. Les activités qui y sont menées privilégient l'exploration au sens de la recherche, l'expérimentation et la prise de risque (March, 1991). La contrepartie de cette autonomie créative réside dans la difficulté de valoriser économiquement les idées créatives.

Le *middleground* agrège les idées créatives provenant de l'*underground*. Il forme un « sas » de circulation des idées créatives développées dans le cadre des activités d'exploration de

2 À titre d'illustration, Aaron Swartz (1986-2013), informaticien, écrivain, militant politique et cyberactiviste américain, défendait la liberté du numérique et une vision novatrice de la société.

l'*underground* en vue de leur valorisation économique au sein de l'*upperground* (Sarazin, Cohendet et Simon, 2017). Le *middleground* se caractérise, à l'instar de l'*upperground*, par la dimension collective des activités cognitives qui y sont menées (Mehouachi *et al.*, 2017). Ainsi, la diffusion des idées créatives se produit à l'occasion d'interactions entre agents économiques, que l'on définira dans la section suivante comme étant des activités entrepreneuriales. À cette fin, Sarazin, Cohendet et Simon (2017) détaillent quatre mécanismes du *middleground* rendant possibles ces interactions : les lieux, les espaces, les événements et les projets. Les lieux et les espaces forment des plateformes respectivement physiques (maisons d'artistes, *fab labs*, studios d'enregistrement) et cognitives (entreprises de très petite taille, notamment sous statut associatif, comme des labels indépendants, communautés épistémiques et de pratique). Elles constituent le cadre de ces interactions (Leslie et Rantisi, 2017). La circulation des idées se manifeste également à l'occasion d'événements ponctuels, comme des concours de design (Dechamp et Szostak, 2016) ou des festivals de musique (Salaun, Fulconis et Fabbe-Costes, 2016). Enfin, les projets, tels que les enregistrements d'albums, sont des espaces projectifs qui permettent aux différentes personnes d'aligner leurs visions, de partager leurs expériences (Grandadam, Cohendet et Simon, 2013).

Nous retenons ici trois points principaux. Premièrement, le modèle de l'écosystème créatif appliqué aux ICC a pour intérêt de mettre en exergue l'existence de différents niveaux économiques en interaction, ce qui rend compte de l'existence de différents types d'acteurs individuels et collectifs, mus par des rationalités différentes : objectifs artistiques, politiques, commerciaux, etc. Deuxièmement, le *middleground* joue un rôle unique, puisqu'il donne la possibilité aux idées de l'*underground* de circuler vers les acteurs de l'*upperground*. Troisièmement, si les recherches actuelles commencent à montrer comment les lieux, espaces, événements et projets contribuent à la circulation de ces idées, elles restent encore discrètes sur la manière de les activer concrètement, permettant ainsi aux idées de l'*underground* de circuler vers l'*upperground*. Afin de combler ce manque de la littérature, nous proposons d'étudier le rôle joué par les activités entrepreneuriales menées au niveau du *middleground*, ce qu'il convient dès lors de préciser sur le plan conceptuel.

1.2. Les activités entrepreneuriales : un rôle d'intermédiation au niveau du *middleground*

Dans cette recherche, nous cherchons à comprendre comment les activités entrepreneuriales au niveau du *middleground* contribuent à la circulation des idées au sein des écosystèmes créatifs. À cette fin, nous mettons en avant la fonction d'intermédiation que les entrepreneurs peuvent être amenés à accomplir. Dans un premier temps, nous revenons sur notre conception des activités entrepreneuriales pour ensuite préciser ce que l'on entend par « l'intermédiation ».

L'approche de l'entrepreneuriat par l'activité nécessite ici d'adopter une approche renouvelée de l'entrepreneuriat sur plusieurs aspects (Germain et Jacquemin, 2017). Premièrement, il s'agit ici de produire de la nouveauté dans les ICC. L'activité dépasse dès lors l'approche plus classique de l'entrepreneuriat, qui se focalise essentiellement sur la dimension économique et marchande (Swedberg, 2006 ; Emin et Guibert, 2017 ; Albinsson, 2018). Deuxièmement,

EXEMPLAIRE AUTEUR - DIFFUSION ET COMMERCIALISATION INTERDITES - © RIPME/EMS

EXEMPLAIRE AUTEUR - DIFFUSION ET COMMERCIALISATION INTERDITES - © RIPME/EMS

l'organisation n'est pas seulement soumise à son environnement, mais participe aussi à son changement (Sarasvathy, Dew, Read et Wiltbank, 2008). Et même s'il n'est pas question de modèles d'affaires et de rentabilité des investissements, il s'agit bien d'entrepreneuriat (Johannisson, 2011). À cet égard, Swedberg (2006, p. 249) souligne : « L'artiste authentique […] devrait probablement être approché sur un plan conceptuel comme un entrepreneur ; et tout comme l'entrepreneur économique a ses copieurs et ses suiveurs, l'artiste en a aussi. L'artiste et l'entrepreneur sont tous deux dynamiques, actifs et énergiques et font preuve de qualités de *leadership*, tandis que leurs adeptes sont passifs et statiques et acceptent les choses comme elles sont[3]. »

Ces spécificités nous amènent à approcher l'entrepreneuriat suivant la théorie de l'effectuation (Sarasvathy, 2001 ; Dutraive, Szostak et Tiran, 2018). Elle opère une distinction entre deux approches entrepreneuriales. Selon l'approche causale, qui a été traditionnellement retenue en économie et gestion, les objectifs sont considérés comme déterminés *a priori* et l'activité entrepreneuriale se concentre sur la sélection et la mobilisation des moyens permettant de les atteindre. Selon l'approche effectuale, les objectifs ne sont en principe pas déterminés. L'activité entrepreneuriale part des moyens (idées, ressources, environnement, etc.) disponibles et cherche à identifier et à sélectionner les objectifs atteignables compte tenu de ces moyens.

À l'instar d'autres théories relevant d'une conception processuelle de l'entrepreneuriat (Steyaert, 2007), la théorie de l'effectuation se fonde sur les notions de mouvement, de devenir (Germain et Jacquemin, 2017). Fisher (2012) rappelle, en outre, que l'approche effectuale se retrouve plus particulièrement dans des environnements instables et incertains, ce qui est caractéristique des ICC. En effet, la capacité de transgresser les limites imposées par le cadre institutionnel existant y est encouragée et soutenue (Hjorth, 2017). Ensuite, les activités effectuales sont susceptibles de donner lieu à la formulation d'idées radicalement nouvelles par des recombinaisons inédites des ressources disponibles (Héraud et Muller, 2017). De plus, les ICC sont caractérisées par une production prototypique, unique et singulière. À cette fin, elles privilégient des organisations très flexibles et temporaires (Chiapello, 1997 ; Menger, 2009 ; Salaun, Fulconis et Fabbe-Costes, 2016).

Si les activités entrepreneuriales peuvent être à l'origine des idées créatives, elles peuvent aussi former un support à leur circulation et ce point nous semble trop peu développé dans le modèle de l'écosystème créatif. En effet, la circulation des idées y est principalement décrite comme le fait des communautés épistémiques et de pratique (Cohendet, Parmentier et Simon, 2017). Or, les mécanismes du *middleground* (lieux, espaces, événements, projets) donnent à voir de nombreux exemples où cette circulation est initiée et portée dans le cadre de démarches entrepreneuriales. En particulier, dans le cadre de l'émergence de nouveaux courants artistiques, les entrepreneurs peuvent être à l'initiative de nouveaux espaces et lieux venant, éventuellement, se substituer aux précédents (Cohendet, Simon, Sole Parellada et Valls Pasola, 2009). Par exemple, des démarches entrepreneuriales, comme celles des

3 Citation originale : « *The true artist* […] *should presumably be conceptualized as an entrepreneur; and just as the economic entrepreneur has his imitators and followers, so does the artist. Both the artist and the entrepreneur are dynamic, active, and energetic and show leadership qualities, while their followers are passive and static and accept the way things are.* » (p. 249)

labels Blue Note pour le jazz hard bop (Grandadam, 2008) ou Sun Records pour le rock (Pirenne, 2011), sont considérées comme des espaces cognitifs ayant joué un rôle essentiel dans la diffusion des idées créatives de ces deux genres musicaux. De cela, nous retenons que les activités entrepreneuriales peuvent aussi jouer un rôle d'intermédiation.

Concernant ce rôle, l'approche de Howells (2006, p. 720) est généralement retenue dans la littérature. L'intermédiation désigne « une organisation agissant comme agent ou courtier dans tout aspect du processus d'innovation entre deux ou plusieurs parties[4] ». Dans le cas des ICC, nous considérons que le rôle d'intermédiation des activités entrepreneuriales consiste à activer les différents mécanismes du *middleground* (lieux, espaces, événements, projets), ce qui peut procéder d'une exploitation des contingences auxquelles les entrepreneurs font face, ainsi que des ressources, dont ils disposent, suivant une approche effectuale de l'entrepreneuriat.

En outre, le rôle d'intermédiation s'opère à un niveau relationnel (Muller et Tanguy, 2019). Nous distinguons deux possibilités :

1. L'intermédiaire occupe un rôle de *tertius gaudens* (Padgett et Ansell, 1993). Il y est question de sélectionner et de mettre en relation des acteurs socialement distants et dont les ressources et connaissances peuvent être complémentaires, mais absentes localement. Ceci signifie pour notre recherche que les activités entrepreneuriales permettent de sélectionner les acteurs porteurs d'idées créatives socialement distants et de les amener à interagir (par exemple, dans le cadre d'un studio d'enregistrement).
2. L'intermédiaire occupe le rôle de *tertius iungens* (Obstfeld, 2005). Il s'agit ici de contribuer à la densification du réseau social local, permettant une augmentation des niveaux de confiance entre les acteurs et une plus grande fluidité des coordinations au sein d'un groupe social, ou par extension, au sein d'un écosystème créatif.

Enfin, les intermédiaires peuvent jouer le rôle de *brokers* ou médiateurs (Muller et Tanguy, 2019). Selon cette perspective, ils contribuent à faciliter la circulation des connaissances et des ressources (Morrison, 2008) et, donc, des idées créatives.

Forts de ces considérations conceptuelles, nous souhaitons comprendre comment ce rôle est concrètement rempli par les activités entrepreneuriales d'un écosystème créatif. À cette fin, nous explorons un écosystème créatif de l'industrie musicale, en nous focalisant sur les activités entrepreneuriales qui sollicitent les mécanismes du *middleground*. Ce cas porte sur le développement du rock expérimental allemand durant une période allant des années soixante aux années quatre-vingt, communément appelé « krautrock »[5].

4 Citation : « *an organization or body that acts an agent or broker in any aspect of the innovation process between two or more parties* » (p. 720), traduction des auteurs.

5 Le terme « krautrock » a été attribué à ce courant musical par des journalistes de la presse musicale britannique. Il était peu apprécié des groupes allemands en raison de son caractère péjoratif à leur égard. Nous allons néanmoins le conserver, ceci pour une raison de facilité de lecture.

EXEMPLAIRE AUTEUR - DIFFUSION ET COMMERCIALISATION INTERDITES - © RIPME/EMS

EXEMPLAIRE AUTEUR - DIFFUSION ET COMMERCIALISATION INTERDITES - © RIPME/EMS

2. MÉTHODOLOGIE

L'écosystème créatif à l'étude dans cet article est celui du krautrock. Il s'agit d'un courant musical présentant la particularité d'avoir eu une influence déterminante sur l'évolution des esthétiques musicales à compter de la fin des années soixante-dix, alors que rares sont ses artistes à avoir eu un succès commercial significatif[6]. Ceci pose dès lors la question des mécanismes par lesquels les idées créatives sont parvenues à circuler au sein même de cet écosystème et vers d'autres écosystèmes associés aux musiques actuelles occidentales (hip-hop, rock, pop, musiques électroniques…), en particulier dans leurs creusets du Royaume-Uni et des États-Unis.

Pour instruire cette observation et, plus largement, notre question de recherche, une enquête exploratoire s'avère pertinente, dans la mesure où la littérature sur les ICC a, jusqu'à présent, peu abordé les modalités de circulation des idées créatives au sein d'un écosystème créatif. De plus, notre objectif étant de comprendre des interactions et d'analyser les modalités des actions des acteurs, nous choisissons de développer une enquête de nature qualitative (Dumez, 2016). En outre, comme l'écosystème étudié est aujourd'hui inexistant dans sa forme actuelle, nous avons choisi de fonder notre analyse sur des données historiques, qui sont *de facto* des données secondaires. Enfin, notre démarche est abductive (Charreire Petit et Durieux, 2014) : le cadre conceptuel nous permet de proposer des conjectures, que l'on met ensuite à l'épreuve en les confrontant à nos données, afin de proposer « le possible (ou l'impossible) » (Dumez, 2016, p. 192) de la circulation des idées créatives dans l'écosystème créatif par les activités entrepreneuriales. Dans ce sens, nous présentons dans les sections suivantes notre méthodologie de collecte et d'analyse de données, puis le cas étudié.

2.1. Méthode de recueil de données

La collecte de données a été menée en trois étapes avec pour objectif de trianguler les sources d'information et circonscrire au mieux l'écosystème créatif étudié. Dans une première étape, nous avons identifié les acteurs emblématiques, notamment les groupes, les artistes et les entrepreneurs, mais aussi les activités entrepreneuriales menées par leurs soins ou dont ils ont bénéficié. Pour cela, nous avons mené des investigations dans la littérature abordant le krautrock, notamment la littérature scientifique en histoire, sociologie et musicologie, des articles de la presse spécialisée complétés de fanzines, de webzines et de documentaires filmographiques[7]. Ont été considérés comme des entrepreneurs en lien avec le courant musical toute personne ayant fondé et/ou dirigé une structure dans le domaine culturel et des loisirs

6 À titre d'exemple, durant la période des années soixante-dix, parmi les groupes allemands du krautrock, seuls des albums des groupes Can, Tangerine Dream et Kraftwerk ont été côtés dans le *UK Charts Top 100*, qui recense, sur une base hebdomadaire, les meilleures ventes d'albums au Royaume-Uni.

7 Sans être exhaustifs, voici quelques références : Adelt (2016), Deshayes (2007), Freeman et Freeman (2007), Kotsopoulos (2009), Simmeth (2016), Stubbs (2015), Cope (1996), Pirenne (2011), ainsi que des films documentaires (Morawietz, 2006 ; Caduff et Plank, 2017).

(studio d'enregistrement, entreprise de management artistique, label discographique), entreprise de média (maison de production d'émissions de télévision, presse écrite), bar ou salle de spectacle. Ont été aussi bien considérés comme des entrepreneurs des labels musicaux indépendants[8], que des directeurs de filiales de majors, dans le cas où ces dernières ont été établies dans le but de développer des groupes du courant.

Une deuxième étape a consisté à construire une base de données discographique des groupes identifiés en première étape sur une période allant de 1964 (correspondant au premier album publié) à 1989[9]. Cette base inclut des informations sur les personnes impliquées (musiciens, ingénieurs du son et techniciens). À cette fin, nous avons opéré une extraction de la base de données discographique du site internet discogs.com[10]. Elle recense uniquement les albums édités sous le nom du groupe concerné. Elle comporte, pour chaque album enregistré et édité sur la période, des informations sur le label d'édition, les lieux d'enregistrement, les artistes crédités (musiciens, producteurs et ingénieurs du son) et, si possible, les dates d'enregistrement ou à défaut, de première parution. Le tableau 1 fournit des données descriptives concernant notre base de données. Outre l'identification des artistes impliqués, elle nous a permis de construire le réseau de collaborations au sein du courant et, ainsi, de repérer les interactions entre acteurs ayant donné lieu à une activité entrepreneuriale, ancrant la réalité phénoménologique du courant (Guibert, 2012 ; Becker, 1984).

Dans une troisième étape, nous avons effectué des recherches biographiques sur les personnes identifiées précédemment (nationalité d'origine, statut d'entrepreneur, faits et accomplissements significatifs). Ceci a permis de compléter et de préciser la liste des entrepreneurs construite auparavant. Une fois cette liste établie, nous avons effectué de nouvelles recherches auprès de médias divers (magazines et webzines spécialisés, fanzines en ligne), ainsi que, si possible, les sites internet des personnes et structures concernées. L'objectif était de compléter, croiser et vérifier les informations biographiques liées à leur activité entrepreneuriale et, notamment, leur lien avec le krautrock (Annexe 1).

Au final, cette collecte nous permet, par l'analyse de ces données secondaires, de circonscrire l'écosystème du krautrock en identifiant les activités entrepreneuriales activant les quatre mécanismes du *middleground* (lieu, espace, événement et projet), et qui ont donc été codées en référence à ces mécanismes.

8 Un label indépendant est un label non affilié à une grande compagnie musicale (majors et leurs filiales).

9 Le choix de cette dernière date est justifié par le fait que de nombreux groupes du courant ont évolué durant les années quatre-vingt vers des esthétiques musicales spécifiques (*new age* et *ambient*, *world music*) avant que la plupart d'entre eux se séparent à la fin de la décennie.

10 Il s'agit d'une base de données collaborative recensant tous types de sorties musicales (*singles*, *extended play*, albums) sous toutes ses formes physiques (disques vinyle de tous formats, disques compacts, cassettes audio) ou virtuelles (fichiers disponibles au téléchargement ou en *streaming*). En recensant le 4 juin 2019 plus de 20 250 000 entrées, dont plus de 6 700 000 pour les musiques rock et pop, plus de 3 500 000 pour la musique électronique, discogs.com est reconnue comme étant une des bases de données musicales les plus complètes au monde.

EXEMPLAIRE AUTEUR - DIFFUSION ET COMMERCIALISATION INTERDITES - © RIPME/EMS

EXEMPLAIRE AUTEUR - DIFFUSION ET COMMERCIALISATION INTERDITES - © RIPME/EMS

Tableau 1. Données descriptives de notre échantillon concernant les groupes et entrepreneurs en lien avec le krautrock (période 1964-1989)

Nombre d'albums	401
Nombre de groupes	67
Nombre de musiciens/ingénieurs du son	676
Nombre d'entrepreneurs recensés	24
Nombre de labels	95
Dont labels indépendants	*66*

2.2. Méthode d'analyse des données

Les données collectées ont fait l'objet d'une analyse en deux temps. Premièrement, l'analyse a été réalisée au niveau méso, c'est-à-dire au niveau du secteur d'activité étudié, en l'occurrence les musiques actuelles, pour comprendre le krautrock au plan culturel et les activités entrepreneuriales menées au niveau du *middleground*. Nous avons alors mobilisé la grille proposée par Guibert (2012), distinguant scène vécue (un lieu d'interactions et une écologie artistique) et scène perçue (une construction opérée par des acteurs externes). L'objectif était de confirmer l'existence de la réalité phénoménologique du courant musical et l'intensité des interactions entre les acteurs. Dans cette optique, nous avons utilisé les outils d'analyse de réseaux (Borgatti, Everett, et Freeman, 2002) pour identifier les collaborations artistiques. Le réseau est constitué de nœuds, représentant les groupes et artistes identifiés à la suite de notre étude documentaire. Ces groupes sont liés entre eux dès qu'un artiste de l'un a collaboré sur l'album d'un autre. La construction de ce réseau nous permet de vérifier le fait que les artistes et groupes du courant montrent un comportement relationnel particulier et, dès lors, de vérifier l'existence d'interactions entre les acteurs[11].

Deuxièmement, l'analyse s'est concentrée sur les activités entrepreneuriales identifiées précédemment, que l'on a analysées au travers des quatre mécanismes spécifiques du *middleground* (Sarazin, Cohendet et Simon, 2017). Hormis sa dimension temporelle, notre analyse des activités d'intermédiation menées par les entrepreneurs a donné lieu à une codification qui suit trois dimensions :

- une première dimension concerne les activités entrepreneuriales suivant le type de mécanisme de circulation des idées créatives activé (création de lieu, d'espace, de projet ou d'événement) ;

11 Ce constat doit être mis en regard au fait que la mesure des interactions effectuées au travers de la mobilisation de nos données est particulièrement restrictive, car ne sont constatées que les interactions documentées au travers d'une mention de crédit discographique. Ne sont ainsi pas prises en compte les possibilités d'interactions informelles et non documentées, qui prennent la forme de discussions, concerts, répétitions communs.

- une deuxième dimension se rapporte au type d'intermédiation associé à l'activité entrepreneuriale. Il peut s'agir d'une activité de codification et de combinaison des idées créatives, de densification du réseau interne au courant (rôle de *tertius iungens*), de liaison avec des réseaux artistiques externes au courant (rôle de *tertius gaudens*), de régulation dans la diffusion des idées (rôles de *gatekeeping/brokering*) ou d'activation de la proximité géographique ;
- une troisième dimension se réfère au niveau de l'écosystème vers lequel est destinée l'activité entrepreneuriale du *middleground* : soit elle se limite à ce dernier, soit elle est en lien avec l'*upperground*.

L'objectif de cette analyse est de différencier les différentes activités et de comprendre quels étaient les mécanismes sociaux ayant rendu possible la circulation des idées créatives dans l'écosystème créatif du krautrock et, éventuellement, auprès d'autres écosystèmes créatifs, qu'il s'agisse d'autres courants musicaux ou de nouvelles localisations géographiques.

3. RÉSULTATS

Nous présentons deux niveaux de résultats. Le premier niveau de résultats montre que la génération et la circulation des idées au sein de l'écosystème créatif du krautrock reposent sur des interactions fortes entre les acteurs, qui se sont traduites par des activités entrepreneuriales nombreuses, dans un contexte socioculturel spécifique. Ces résultats permettent en outre d'ancrer la réalité phénoménologique du courant. Le second niveau de résultats vise à mieux appréhender les facteurs sous-tendant ces interactions et, plus globalement, la dynamique du *middleground* de l'écosystème créatif. En particulier sont discutés le rôle joué par les activités entrepreneuriales et leur évolution au fil du temps.

3.1. La circulation des idées créatives est rendue possible par des interactions fortes et denses entre les acteurs de l'écosystème créatif du krautrock[12]

Le krautrock se réfère à un courant musical de musiques rock, folk et électroniques indépendantes et expérimentales, qui s'est développé essentiellement en ex-RFA entre la fin des années soixante et les années quatre-vingt. Il n'a bénéficié que d'un succès commercial modeste durant sa période d'apogée, fixée au milieu des années soixante-dix. Il a néanmoins joué un rôle essentiel dans le développement de nombreux genres musicaux de la seconde moitié des années soixante-dix et à partir des années quatre-vingt (Encadré 1).

12 Cette section fait écho aux résultats de l'analyse d'articles d'experts en musicologie, sociologie de la musique et de journalistes spécialisés.

EXEMPLAIRE AUTEUR - DIFFUSION ET COMMERCIALISATION INTERDITES - © RIPME/EMS

EXEMPLAIRE AUTEUR - DIFFUSION ET COMMERCIALISATION INTERDITES - © RIPME/EMS

Encadré 1. Illustrations de l'influence des idées créatives du krautrock

Le krautrock a été cité comme une influence essentielle par les principaux groupes des scènes punk anglaises (Buzzcocks, Clash, Sex Pistols…), post-punk (Joy Division, The Fall…), *noise* et industrielle (Einstürzende Neubauten, Sonic Youth…), *new-wave* (Depeche Mode, Orchestral Manœuvre in the Dark, The Cure…). Le krautrock est encore cité à l'heure actuelle comme une influence importante par des groupes et artistes de renommée internationale, tels que Coldplay, David Bowie, Depeche Mode, Radiohead, Queens of the Stone Age ou Red Hot Chili Peppers. Enfin, la production de Kraftwerk, un des groupes phares du krautrock, est considérée comme déterminante dans le développement de plusieurs esthétiques de musiques électroniques (*techno* et *dance* notamment) et la popularisation de la musique hip-hop à New York. Ce courant se concentrait autour de quelques métropoles : Berlin, Cologne, Düsseldorf, Munich et, à un degré moindre, Hambourg et Stuttgart. Quelques-uns des principaux groupes sont Amon Düll II, Can, Faust, Floh de Cologne, Kraftwerk, Neu!, Popol Vuh, Tangerine Dream.

Bien que prenant des formes esthétiques très variées, la particularité du krautrock repose sur plusieurs principes partagés qui forment une épistémè (Cohendet, Grandadam, Mehouachie et Simon, 2018) fournissant la base de la formation et de la circulation des idées créatives au sein de l'écosystème :

- le principe fondamental partagé par les artistes et groupes repose sur l'affirmation politique d'une identité artistique allemande moderne. L'enjeu essentiel est de produire une musique actuelle se démarquant des expressions formelles prévalant dans les musiques pop et rock anglo-saxonnes (Adelt, 2016 ; Brown, 2017). De ce principe fondamental découlent les principes suivants ;
- une remise en cause de l'importance de la composante mélodique de la musique au bénéfice de sa composante rythmique. Ce faisant, à l'instar des compositeurs de musique minimaliste (Terry Riley, John Cage…), dont ils sont contemporains, les musiciens de krautrock ont remis en cause un des fondements des musiques occidentales depuis la période de la Renaissance (Nattiez, 2003) ;
- une pratique d'expérimentation avec des instruments de musique alternatifs aux instruments emblématiques des musiques pop et rock : instruments de musique traditionnels occidentaux ou orientaux, instruments de musique électroniques ;
- des structures de morceaux de musique alternative à la structure dominante basée sur la succession entre introduction/couplets/refrains/pont/conclusion et l'usage de gammes et d'échelles harmoniques alternatives ;
- une approche de la musique par projets, dont les parties prenantes pouvaient varier, alors que l'organisation dominante de la pop et du rock des années soixante reposait sur des groupes de composition relativement fixe dans le temps. Ces projets faisaient partie d'une démarche artistique globale, héritée de la notion allemande de *Gesamtkunstwerk*.

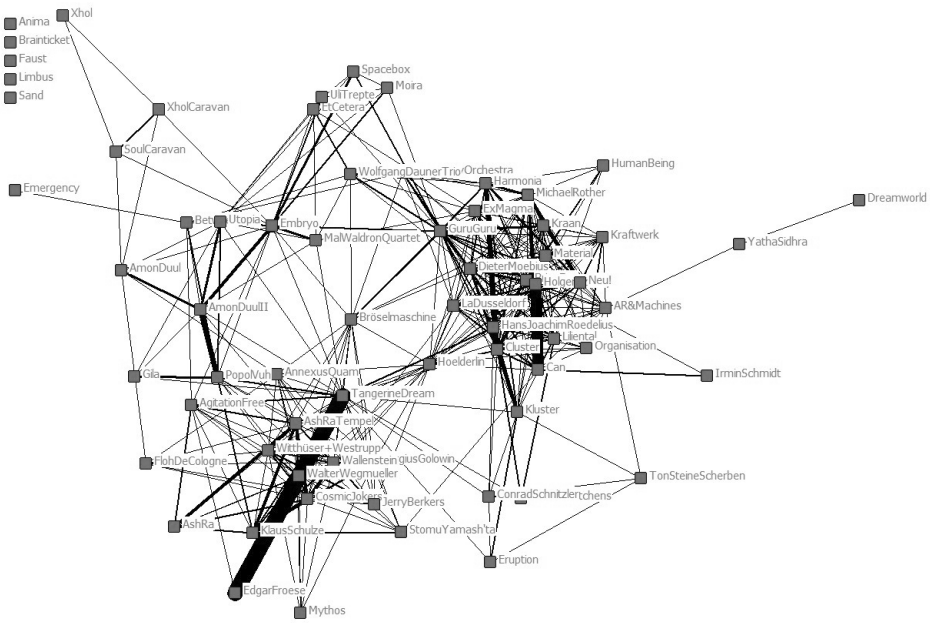
La circulation des idées reposait sur des interactions fortes entre les artistes et groupes de musique. L'analyse de réseau menée sur les données collectées formant notre base de données (Figure 1) montre que les artistes témoignent de pratiques de collaboration soutenues : le niveau de connexité est élevé (seuls cinq groupes ne sont pas rattachés au réseau principal), tout comme la densité mesurée des liens (0,34). De cette analyse de réseau, nous comprenons

que les activités entrepreneuriales menées ont permis aux acteurs d'interagir fortement et, ainsi, de faire circuler les idées : elles ont joué un rôle d'intermédiation. Notre question concerne à présent l'identification des mécanismes mobilisés pour y parvenir.

3.2. Le rôle de l'activité entrepreneuriale dans la circulation des idées créatives au sein de l'écosystème du krautrock, une perspective dynamique

Une première analyse bibliographique et des données discographiques nous amènent à comprendre que la circulation des idées créatives dépend de la position au sein du cycle de vie de l'écosystème créatif du krautrock. Nous distinguons trois phases de son histoire telles qu'elles ont été mises en avant dans différents travaux historiographiques (Deshayes, 2007 ; Simmeth, 2016), avec l'activation de différents mécanismes du *middleground* : les lieux et les événements (deuxième moitié des années soixante), une phase d'émergence et d'accès à l'*upperground* par une popularisation auprès du grand public (1971-1978) et un retour à l'*underground* (1979-1989).

Figure 1. Représentation du réseau de collaborations entre groupes/musiciens de krautrock sur la période 1964-1989



Légende : les liens rendent compte des collaborations entre musiciens de groupes différents dans le cadre de l'enregistrement d'albums. L'épaisseur des liens est proportionnelle au nombre de collaborations. Représentation effectuée avec Netdraw, suivant la méthode du *multi-dimensional scaling* (Borgatti, Everett et Freeman, 2002).

EXEMPLAIRE AUTEUR - DIFFUSION ET COMMERCIALISATION INTERDITES - © RIPME/EMS

EXEMPLAIRE AUTEUR - DIFFUSION ET COMMERCIALISATION INTERDITES - © RIPME/EMS

3.2.1. Les lieux locaux puis les événements comme premiers mécanismes activés pour la circulation des idées créatives de l'*underground* vers le *middleground* (1965-1970)

Au cours de cette période, l'essentiel des activités entrepreneuriales a pour effet de développer des lieux et des événements. En suscitant une proximité, tant permanente, en permettant aux groupes d'accéder à des salles de répétition et de concert, que temporaire, au travers de l'organisation de festivals (Torre, 2008), ils forment une condition nécessaire au développement d'interactions entre les artistes situés au sein de l'*underground*. Ceci participe à un premier travail de structuration du *middleground*. Plusieurs lieux sont associés à des espaces de proximité géographique permanente, fournissant des opportunités d'interaction entre les groupes musicaux, ainsi qu'entre ces derniers et un public de niche, constitué d'artistes et d'amateurs d'expérimentations artistiques (Esch, 2016) (Encadré 2).

Encadré 2. Exemples d'activités entrepreneuriales du *middleground* activant le mécanisme des lieux

> Le Zodiak Free Arts Lab, situé à Berlin, est un des lieux développés. Fondée en 1968 par trois musiciens, Hans-Joachim Roedelius, Conrad Schnitzler et Boris Schaak, cette salle de spectacle proposait une programmation mêlant pièces de théâtre, concerts, *happenings*, ainsi que des soirées thématiques. De la même manière, le Creamcheese, un bar de Düsseldorf ouvert par Hans-Joachim Roedelius et Bim Reinert, a joué un rôle important comme lieu de concert des groupes locaux. Un autre exemple de lieu est le Beat Studio, situé à Berlin. Ouvert à l'instigation du compositeur Thomas Kessler comme une annexe à l'École de musique électronique de Berlin, ce studio d'enregistrement comportait aussi une salle de répétition, permettant à plusieurs groupes locaux non seulement de s'exercer, mais aussi d'interagir entre eux.

En outre, bien que dispersés sur le territoire de la RFA, les groupes de krautrock avaient l'habitude de se rencontrer lors de petits festivals qu'ils organisaient. Un événement en particulier a permis de déclencher un début de reconnaissance du courant vis-à-vis d'un public plus large, initiant une première incursion des idées du krautrock du *middleground* vers l'*upperground*[13], que nous retrouverons durant la période suivante. Il s'agit du Festival international de musique d'Essen (ou *Internationale Essener Songtage*), qui s'est tenu en septembre 1968. En rassemblant plus de 40 000 spectateurs, il s'agit de la première manifestation d'importance impliquant des groupes de krautrock.

Malgré la relative disparité dans les profils des entrepreneurs impliqués (artistes de musique expérimentale, compositeurs de musique contemporaine, critiques rock), il peut être noté

13 L'*upperground* du rock des années soixante est contrôlé par des majors américaines (Columbia, Warner, United Artists, MCA) et européennes (EMI, Philips, BASF…), soit directement, soit au travers de leurs filiales. Celles-ci détenaient souvent des intérêts dans différents médias prescripteurs (radio, télévision, cinéma). À partir de la fin des années soixante, la position des labels indépendants est plus contrastée. Certains poursuivent des objectifs de valorisation économique, les rattachant ainsi à l'*upperground*. D'autres considèrent les objectifs économiques comme secondaires et privilégient des objectifs artistiques voire la poursuite des utopies issues des mouvements hippie et contre-culturels, les rapprochant ainsi du *middleground*, voire de l'*underground*.

l'importance de la mobilisation des ressources immatérielles à disposition, en vue d'activer le potentiel des lieux et des événements. Ces ressources sont tant liées à leur réputation propre du fait de leur position de *leaders* locaux (Filippi et Muller, 2013) au sein de la scène musicale berlinoise, qu'à leurs réseaux professionnels et personnels (Encadré 3). Par-là, les activités entrepreneuriales contribuent à mettre en relation des personnes et groupes de personnes socialement éloignés (Padgett et Ansell, 1993) et jouent donc un rôle d'intermédiation de type *tertius gaudens*.

Encadré 3. Illustrations des ressources mobilisées dans les activités entrepreneuriales

Les fondateurs du Zodiak et du Beat Studio ont tiré parti de leur réputation pour rapprocher, par exemple, les musiciens et le public. Pour sa part, R.-A. Kaiser a mobilisé son capital social et, en particulier, ses liens avec les scènes rock locales et internationales issus de son passé de critique musical, pour organiser un festival permettant une première visibilité des groupes allemands auprès du public local. De la même manière, H.-J. Reinert a tiré profit de ses liens avec la scène artistique d'avant-garde locale et, en particulier, avec l'artiste Joseph Beuys, pour programmer des groupes locaux, dont plusieurs étaient formés de musiciens comptant parmi les élèves de ce dernier.

Au final, lors de cette première période, les idées créatives circulent par le *middleground via* des activités entreprises activant deux mécanismes principaux : les lieux et les événements. En outre, le fait que les entrepreneurs mobilisent des ressources (matérielles, de réputation…) directement disponibles et que la contribution des lieux et événements au développement du courant n'apparaisse qu'*a posteriori* (Sarasvathy et Germain, 2011) permet de conclure que les démarches entrepreneuriales privilégiées ont été d'ordre effectual. La densification des relations nouées entre les acteurs de l'écosystème les amène ensuite à davantage développer des activités en les liant avec les deux autres mécanismes : les espaces et les projets.

3.2.2. Une diversification des lieux, le développement des espaces et des projets pour favoriser la circulation des idées créatives vers l'*uppergound* national et international (1971-1978)

Cette deuxième période est marquée, dans un premier temps, par une diversification des lieux. À côté des lieux de spectacle et de répétition, les studios jouent un rôle croissant, non seulement en tant que lieux d'enregistrement, mais aussi comme lieux d'interaction. Ceci favorise l'activation des espaces cognitifs du *middleground* en vue de la mise en cohérence des principes sous-jacents aux idées créatives. Par exemple, Conny Plank et Dieter Dierks, des producteurs et ingénieurs du son ayant fondé leurs propres studios d'enregistrement, ont développé des « textures » sonores, mélangeant instruments analogiques (guitares, batteries), électroniques (synthétiseurs) et rythmiques (le « motorik ») distinctives. Cela était rendu possible grâce à des décisions de ces entrepreneurs à deux niveaux :

- leur implication dans les étapes de production artistique : suggestions d'arrangement, voire de composition musicale, choix de production par l'introduction d'effets sonores ou par des pratiques d'enregistrement particulières, choix de mixage, etc. ;

EXEMPLAIRE AUTEUR - DIFFUSION ET COMMERCIALISATION INTERDITES - © RIPME/EMS

- l'implantation des studios dans des localités relativement isolées où la pratique habituelle est de mener de manière simultanée les sessions d'enregistrement de plusieurs groupes. La conséquence est que ces derniers, en « vivant chez l'habitant » durant plusieurs jours, sont amenés à interagir avec d'autres groupes. Cette décision entrepreneuriale a contribué à densifier le réseau social, à la manière d'un *tertius iungens*, favorisant la circulation des idées vers l'*upperground*.

En outre, l'activité entrepreneuriale liée à l'organisation des premiers festivals et au Zodiak Free Art Lab durant la première période constituait une première étape de la formation d'un espace cognitif cohérent, ce que l'on peut qualifier de « épistémè » en référence à Capdevila, Cohendet et Simon (2017). L'activation de ce mécanisme devient de plus en plus significative au cours de la deuxième période, car les idées créatives de l'*underground* se développent davantage. Les activités de programmation des concerts et autres événements deviennent dès lors essentielles. Elles s'apparentent à une activité de type *gatekeeping* en sélectionnant, mettant en cohérence et traduisant les idées créatives, afin qu'elles puissent être compréhensibles et réutilisées par les autres acteurs de l'écosystème. La programmation est en somme un premier travail concourant à la mise en place de conventions de qualité permettant de délimiter les contours artistiques et procéduraux du krautrock.

L'activité entrepreneuriale des studios contribue également à la formation de ces espaces cognitifs. Par exemple, les studios de Conny Plank et Dieter Dierks se spécialisent chacun dans la production d'esthétiques particulières : une esthétique « industrielle » basée sur une répétition rythmique pour Plank et une esthétique « cosmique », psychédélique, pour Dierks. Ceci se traduit par l'activation d'un autre mécanisme qui est le projet, en l'espèce, l'enregistrement d'albums[14]. Au final, l'ensemble de ces activités entrepreneuriales contribue à la circulation des idées créatives de l'*underground* vers l'*upperground via* des lieux variés ou le développement d'espaces singuliers par une programmation sélective et le montage de projets comme les albums.

Cette deuxième période est aussi marquée par une attention croissante des acteurs de l'*upperground* pour le krautrock : grandes maisons de disque (majors et grands labels indépendants) et grands médias. Plusieurs grands labels décident d'investir ce courant, le plus souvent au travers de filiales spécialement créées, pour des raisons d'ordre stratégique. En effet, ce sont des structures légères, souvent spécialisées dans une esthétique musicale particulière. Elles ont pour but d'investir le *middleground* associé à cette esthétique et, en particulier, des projets d'enregistrement d'albums de certains artistes du krautrock en vue d'une éventuelle intégration ultérieure au sein d'une major (Curien et Moreau, 2006). Au niveau des indépendants, nous notons que la création des principaux labels (Brain Records, Kosmische Kurriere, Ohr Musik) et filiales (Pilz, filiale de BASF, Liberty, filiale de United Artists) a été généralement le fait d'entrepreneurs ayant une expérience importante dans l'*upperground* : ils ont ainsi exploité cette ressource immatérielle qu'est leur réseau professionnel (Encadré 4).

14 Chacun a d'ailleurs participé à la production d'albums considérés comme fondamentaux et représentatifs du krautrock : les premiers albums de Kraftwerk et de Neu! pour Plank, de AshRa Tempel, Cosmic Jokers et Tangerine Dream pour Dierks.

EXEMPLAIRE AUTEUR - DIFFUSION ET COMMERCIALISATION INTERDITES - © RIPME/EMS

Encadré 4. Illustrations d'entrepreneurs de l'*uppergrOUND* ayant développé des filiales dédiées au krautrock

> Siegfried Loch (fondateur de Liberty) était dirigeant au sein de Philips, spécialisé dans le jazz. À l'instar de Loch, R.-A. Kaiser a mis à profit, au moment de fonder Pilz en 1971, son expérience et ses réseaux hérités de son métier de critique musicale, ainsi que de l'organisation du Festival international de musique d'Essen de 1968.

Concernant les grands médias, plusieurs d'entre eux au plan national ont manifesté un intérêt croissant pour les musiciens et groupes du courant, sous l'impulsion d'entrepreneurs travaillant dans d'autres secteurs des ICC, en l'occurrence la télévision et le cinéma. Certains groupes ont eu d'ailleurs l'opportunité de se produire lors d'émissions télévisées de grande écoute. Ils ont aussi été sollicités pour composer la musique de téléfilms, séries télévisées et films[15]. Ces entrepreneurs, fondateurs de labels, producteurs et cinéastes, tenaient le rôle d'acteurs amphibiens (Patriotta et Hirsch, 2016), mettant à profit leur légitimité dans l'*upperground* pour développer, par la multiplication de projets de natures diverses (enregistrement et commercialisation d'albums, retransmission de reportages et émissions de télévision, films) et des interactions avec les acteurs du *middleground*. En d'autres termes, ils agissaient à la manière de *tertius gaudens*, reliant les réseaux du *middleground* et de l'*upperground*. Ces relations permettaient de créer des espaces cognitifs en vue de la remontée des idées créatives.

Suivant un modèle similaire, les idées créatives du courant ont circulé à une échelle internationale grâce à la signature d'artistes avec des labels pour des projets d'album et l'organisation d'événements (Encadré 5). Ces activités ont eu pour conséquence de renforcer les espaces cognitifs du *middleground* par le biais d'un travail de sélection et de diffusion des actions créatives du krautrock.

Encadré 5. Illustrations d'activités entrepreneuriales avec une dimension internationale

> Nous trouvons, par exemple, (i) la signature par certains groupes d'un contrat d'édition avec le label anglais Virgin, fondé en 1972, (ii) la diffusion régulière de chansons dans l'émission produite et animée par John Peel sur la chaîne de radio nationale BBC1, (iii) l'organisation de concerts et festivals en France : Festival du rock allemand organisé par le magazine *Actuel* en février 1973, concert de Tangerine Dream et Nico organisé dans la cathédrale de Reims en décembre 1974 par l'association Musique Action Reims, avec le soutien de la branche française du label Virgin et bénéficiant d'une radiodiffusion sur France Inter.

Au final, les quatre mécanismes du *middleground* sont activés, mais de manières différentes. Les lieux, activés dès l'émergence de cet écosystème créatif, se sont diversifiés ; les événements se sont enrichis de ceux initiés par l'*upperground* lui-même, tout comme les projets et

15 Peuvent être notamment citées les collaborations entre Popol Vuh et Werner Herzog (*Aguirre ; La Colère des dieux*, 1972 ; *Cœur de Verre*, 1976) ou entre Tangerine Dream et William Friedkin (*Le Convoi de la peur*, 1977).

EXEMPLAIRE AUTEUR - DIFFUSION ET COMMERCIALISATION INTERDITES - © RIPME/EMS

EXEMPLAIRE AUTEUR - DIFFUSION ET COMMERCIALISATION INTERDITES - © RIPME/EMS

les espaces, qui deviennent des mécanismes significatifs de la circulation des idées créatives au sein de l'écosystème du krautrock. En outre, les entrepreneurs de l'écosystème adoptent des approches différentes dans leur activité. Les entrepreneurs du *middleground* semblent privilégier une approche effectuale, comme l'illustrent les activités de *gatekeeping* pratiquées par les organisateurs de festivals ou les esthétiques musicales auxquelles sont associés les studios Dierks et Plank. De leur côté, les entrepreneurs de l'*upperground* (grands labels et médias) et internationaux semblent privilégier une approche causale. L'objectif de leur activité est de populariser et/ou de retirer une valeur économique des idées créatives générées par les acteurs des niveaux inférieurs, par le biais de projets (enregistrement et commercialisation d'albums) ou d'événements (organisation de concerts et festivals, émissions télévisées…).

3.2.3. Une diminution de l'activation des mécanismes du *middleground*, d'où un déclin de la circulation des idées créatives (1979-1989)

Cette troisième période est caractérisée par un déclin marqué de la dynamique collective de l'écosystème créatif du krautrock. L'analyse montre que deux raisons expliquent cette diminution de l'activation des mécanismes du *middleground* : (i) une baisse du soutien de l'*upperground* pour les activités du *middleground* et (ii) un affaiblissement de l'activation des mécanismes du *middleground*.

Si cette période est caractérisée par une activité entrepreneuriale relativement dynamique au niveau des petits labels indépendants situés dans le *middleground*, le lien avec et le soutien de l'*upperground* se distend. Les grandes maisons de disque et grands médias rechignent à renouveler les contrats de la plupart des artistes, en raison d'un intérêt exprimé pour d'autres courants musicaux émergents, parmi lesquels les musiques punk à partir de 1977, puis *new-wave* et post-punk à compter de 1979. Les agents amphibiens, intermédiaires entre le *middleground* et l'*upperground*, qui peuvent être des responsables de labels et de médias, sont impliqués dans de nouveaux projets en lien avec d'autres écosystèmes créatifs.

En outre, l'activation des mécanismes du *middleground* connaît un affaiblissement très net. De nombreux musiciens et producteurs artistiques du krautrock se concentrent sur des projets en relation avec des artistes étrangers, principalement britanniques, de différents genres musicaux, relevant du rock, des musiques électroniques ou du jazz. Leur rôle d'intermédiation au sein du *middleground* local s'en trouve de ce fait pénalisé au profit d'autres écosystèmes créatifs. Ainsi, les producteurs Conny Plank et Dieter Dierks ne se sont que peu impliqués dans les activités entrepreneuriales du krautrock durant la période. De 1977 jusqu'à son décès, en 1987, Conny Plank a essentiellement travaillé avec des groupes britanniques représentant des genres *new-wave* et post-punk (Ultravox, Eurythmics…). Pour sa part, Dieter Dierks s'est spécialisé dans la production de groupes de heavy métal allemands (Scorpions, Accept…). De la même manière, plusieurs musiciens ont initié des collaborations avec des artistes d'écosystèmes créatifs d'autres genres et/ou d'autres nationalités. De ce fait, leurs activités entrepreneuriales donnent lieu à une intermédiation de type « *brokers* » de connaissances, essentiellement tournée vers d'autres écosystèmes créatifs.

Enfin, la plupart des groupes signent des contrats avec des labels indépendants, souvent étrangers, nouvellement créés et spécialisés dans des esthétiques musicales particulières

(électronique, industrielle, *new age*). Or, ces entrepreneurs de labels sont peu impliqués dans les mécanismes du *middleground* du krautrock, ce qui limite l'activation desdits mécanismes *via* des activités entrepreneuriales spécifiques. En outre, certains groupes et artistes développent à leur tour leurs propres labels dans l'objectif d'éditer et de préserver, par le biais de rééditions régulières, leur propre œuvre ainsi que celles de musiciens partageant la même esthétique. Néanmoins, leur activité entrepreneuriale contribue, soit à recombiner des connaissances pour développer des épistémès très spécifiques (musiques industrielles, *new age*…), soit à continuer à favoriser la circulation des idées créatives en direction de marchés de niche.

Ainsi, les activités entrepreneuriales menées au cours de cette période suivent, pour l'essentiel, une approche causale. L'analyse des données montre que les artistes et entrepreneurs de l'écosystème cherchent à valoriser les idées par le biais de collaborations, plus souvent ponctuelles, avec des artistes et des labels internationaux, suivant des objectifs généralement établis *a priori* : autonomie créative et captation de valeur économique, préservation d'un patrimoine artistique.

Ces trois périodes montrent dès lors que la circulation des idées créatives active bien les mécanismes du *middleground via* des activités entrepreneuriales spécifiques, ce qui traduit les interactions fortes et denses entre les acteurs. En revanche, cette circulation change de forme au fil du temps, ce qui laisse entendre que certains mécanismes seraient plus pertinents au début de l'existence de l'écosystème, tandis que d'autres viendraient les renforcer. Ces résultats nous conduisent à présent à proposer des pistes de discussion, avant de conclure.

DISCUSSION ET CONCLUSION

Les résultats présentés dans la section précédente suggèrent plusieurs pistes de réflexion, susceptibles d'inspirer les chercheurs et les acteurs socioéconomiques désireux de développer et soutenir les ICC. Un premier type de pistes concerne l'évolution des écosystèmes créatifs et le rôle d'intermédiation des entrepreneurs. Nos résultats mettent en avant le fait que, selon les périodes du cycle de vie de l'écosystème créatif se rapportant au krautrock, les mécanismes du *middleground* qui sont activés, sont différents (Tableau 2).

EXEMPLAIRE AUTEUR - DIFFUSION ET COMMERCIALISATION INTERDITES - © RIPME/EMS

EXEMPLAIRE AUTEUR - DIFFUSION ET COMMERCIALISATION INTERDITES - © RIPME/EMS

Tableau 2. Présentation analytique des résultats relatifs à l'activation des mécanismes du *MIDDLEGROUND* pour la circulation des idées créatives du krautrock

Période	**Mécanismes activés**	**Profil principal des entrepreneurs**	**Type d'intermédiation**	**Portée géographique des mécanismes**
Période 1 – Premières activations du *middleground* (1965-1970)	Lieux (salles de concert et de répétition) pour développer des interactions locales Événements : concerts, festivals à portée locale	Gérants de salles de concert et de répétition	Proximité géographique *Tertius gaudens* grâce aux ressources immatérielles des entrepreneurs	Essentiellement à portée locale et implantée à Berlin, Cologne, Düsseldorf et Munich
Période 2 – Renforcement de l'activation des mécanismes du *middleground* pour une circulation des idées vers l'*upperground* (1971-1978)	Lieux : salles de concert et de répétition, studios, festivals Espaces : labels spécialisés, grandes maisons de disque et médias nationaux et internationaux Événements : retransmissions télévisées et radiophoniques, concerts à portée nationale Projets : multiplication des sorties d'albums	Gérants de studios d'enregistrement/ ingénieurs du son Gérants de labels spécialisés Responsables dans le secteur des médias	Recombinaison de connaissances *Tertius gaudens* et *iungens*. *Gatekeeper* de connaissance au niveau local, national et international	Nationale Internationale
Période 3 – Diminution de l'activation des mécanismes du *middleground* (1979-1989)	Lieux : rôle marginal Espaces : principalement orientés vers d'autres écosystèmes créatifs Projets : multiplication des sorties d'albums en collaboration avec des artistes d'autres écosystèmes	Gérants de studios d'enregistrement/ ingénieurs du son Artistes en autoproduction	*Broker* de connaissances Recombinaison d'idées internes et externes à l'écosystème	Nationale, mais dans d'autres écosystèmes Internationale à une échelle limitée

Chaque période est caractérisée par la mobilisation et l'activation de mécanismes spécifiques par les entrepreneurs, chacun ayant une fonction, mais aussi une portée géographique particulière. La première période voit l'activation de mécanismes de type lieux, à portée essentiellement locale. L'activation de ces lieux par le biais d'événements (concerts, festivals)

favorise la circulation des idées créatives, grâce au *middleground*, à une échelle locale. La deuxième période voit, non seulement une diversification des mécanismes activés (les lieux et les événements), ainsi que leur localisation géographique, mais aussi le développement d'espaces cognitifs qui visent à enrichir et structurer le *middleground*, aussi bien au niveau local, qu'au niveau national. Ces espaces sont, à leur tour, activés au travers de projets (multiplication des enregistrements d'albums) et événements à portée nationale (reportages et émissions radiophoniques et de télévision). L'activation de l'ensemble des mécanismes du *middleground* permet, en outre, de mettre en cohérence les idées créatives du krautrock. En parallèle, se développent des interactions avec l'*upperground* ainsi qu'avec d'autres écosystèmes créatifs au travers de la création et de l'activation d'espaces dédiés, à portée externe. Enfin, la troisième période correspond à un affaiblissement de l'activation des mécanismes du *middleground* par des activités entrepreneuriales au profit d'autres écosystèmes qui, par l'activation des espaces précédents, bénéficient des idées créatives ayant circulé en son sein. Pour autant, cela témoigne de la circulation réussie des idées créatives du krautrock *via* les mécanismes du *middleground* vers d'autres écosystèmes. De ce fait, le type de mécanisme du *middleground* activé par une activité entrepreneuriale et son rôle d'intermédiation (proximité géographique, recombinaison de connaissances, intermédiation relationnelle) semble influencer la circulation des idées créatives, tant dans le sens *underground-middleground*, qu'*upperground-middleground*. De plus, à partir du moment où ces mécanismes sont considérés comme jouant un rôle d'intermédiation au sens d'« intermédiaires-objets » (De Vogeleer et Lescop, 2011), nous constatons leur action complémentaire sur la dynamique de l'écosystème d'innovation : ces mécanismes sont des dispositifs de coordination importants entre l'ensemble des acteurs, quel que soit leur niveau de rattachement dans l'écosystème. Cependant, pour jouer ce rôle d'intermédiation, il semble nécessaire que ces mécanismes soient activés par des intermédiaires-sujets (dans notre cas, des entrepreneurs et des artistes au sens de Swedberg [2006]). À notre connaissance, ce résultat tranche avec la littérature sur l'intermédiation, qui a tendance à considérer de manière séparée les deux catégories d'intermédiaires (objets et sujets), voire à les traiter comme des substituts (Leroux, Muller, Plottu et Widehem, 2014). L'activité entrepreneuriale comporte, en outre, une portée collective forte au sein de l'écosystème créatif. Cette activité contribue au développement et à l'activation des mécanismes du *middleground* nécessaires à l'enrichissement et à la structuration de ce même niveau au sein de l'écosystème. En somme, même si son caractère créatif n'est pas nécessairement présent (Dedehayir, Mäkinen et Ortt, 2018), l'action entrepreneuriale est à même de contribuer au développement de l'écosystème au travers d'une activité de coordination de ses acteurs. La valeur ainsi créée n'est pas réduite à sa dimension économique, mais elle vise davantage une valeur sociale et culturelle/créative, voire dans notre étude de cas, politique (une nouvelle vision de la société).

Un second type de pistes de réflexion a trait aux approches mobilisées pour les activités entrepreneuriales et à leur rôle sur l'évolution concomitante de l'écosystème créatif. De manière plus précise, cette dernière est associée à un glissement dans les approches entrepreneuriales. La première période est marquée par la domination de l'approche effectuale. Celle-ci peut être expliquée par le fait que l'écosystème est en phase d'émergence. Les niveaux d'incertitude associés, par exemple, à sa trajectoire et à son environnement, sont très élevés. De plus, la dynamique créative de cette période est caractérisée par un niveau de nouveauté élevé, au détriment de sa capacité de valorisation économique directe (Cohendet

EXEMPLAIRE AUTEUR - DIFFUSION ET COMMERCIALISATION INTERDITES - © RIPME/EMS

EXEMPLAIRE AUTEUR - DIFFUSION ET COMMERCIALISATION INTERDITES - © RIPME/EMS

et Simon, 2015 ; Cohendet, Parmentier, et Simon, 2017). Néanmoins, la réorientation des processus créatifs en faveur d'une valorisation économique et la stabilisation de l'environnement de l'écosystème se traduisent par un déplacement vers une approche causale, qui devient ainsi prépondérante au cours de la dernière période. Ce parallèle constaté entre nouveauté/valorisation économique dans les processus créatifs d'une part et prépondérance des approches effectuale/causale d'autre part corrobore le résultat de Héraud et Muller (2017), comparant les capacités créatives individuelles et le type d'approche entrepreneurial. Il le complète aussi dans la mesure où notre article retrouve ce résultat au niveau de l'écosystème. Nous pouvons en conclure que le maintien des capacités créatives d'un écosystème dépend, non seulement, de sa capacité à faire circuler les idées, mais aussi à maintenir un équilibre entre approches causale et effectuale. Ce constat d'une prépondérance de l'approche causale au fil de l'évolution de l'écosystème trouve aussi un écho dans les résultats obtenus par An, Rüling, Zheng et Zhang (2020). En cherchant à mieux comprendre les interactions entre causation, effectuation et bricolage au niveau des entreprises, ces auteurs ont montré l'existence d'une transition dans les approches aboutissant à l'adoption d'approches causales au fil de leur croissance et du niveau de maturité des marchés. De ce fait, une recommandation managériale consisterait à insister sur le fait que le choix de l'approche entrepreneuriale doit tenir compte, non seulement du degré de maturité des marchés, mais aussi de celui de l'écosystème dans lequel l'entreprise s'insère.

En outre, notre étude suggère l'existence d'un lien entre l'approche entrepreneuriale privilégiée et la position de l'entrepreneur, ainsi que la cible de son activité au sein de l'écosystème créatif. En effet, une approche effectuale semble privilégiée lorsque l'activité entrepreneuriale concerne le *middleground* de l'écosystème. En revanche, l'approche causale semble prépondérante dès qu'elle émane ou est dirigée vers l'*upperground* de l'écosystème ou d'autres écosystèmes. L'approche effectuale peut être justifiée par le fait que les niveaux d'incertitudes quant à la capacité de valorisation économique des œuvres sont plus importants. Les acteurs du *middleground* souhaiteraient préserver leur capacité ambidextre, combinant exploration (développement d'artistes portés vers l'expérimentation, etc.) tout en préservant une capacité d'exploitation de leurs ressources accumulées[16]. En outre, le choix d'une approche causale peut être dû au fait que, en écho au travail de Sarasvathy *et al.* (2008), l'environnement est moins contrôlable par l'entrepreneur, comme dans le cas d'autres écosystèmes créatifs ou plus prévisibles (et stable), comme cela l'est dans l'*upperground*.

Pour conclure, cet article montre le rôle d'intermédiation des activités entrepreneuriales dans la circulation des idées créatives au sein des écosystèmes créatifs. Ce faisant, il insiste sur les mécanismes alternatifs aux modèles de diffusion dépendant des médias de masse situés dans l'*upperground*, généralement mis en avant dans les ICC (Guibert et Hein, 2007). Notre article constitue un apport à la littérature sur les écosystèmes et territoires créatifs en y introduisant de manière explicite la littérature sur l'entrepreneuriat. Ceci permet de mieux percevoir le rôle joué par l'activité entrepreneuriale dans le développement des écosystèmes créatifs et de renforcer un point de contact avec la littérature sur l'entrepreneuriat,

16 Par exemple, dès la fin des années soixante-dix, le travail de Conny Plank avec de nombreux artistes internationaux (Eurythmics, Gianna Nannini, Rita Mitsouko, Ultravox) faisait généralement suite à des sollicitations de ces derniers, admiratifs de son travail mené avec les groupes de krautrock (Caduff et Plank, 2017).

dans la mesure où, à notre connaissance, le rôle joué par les entrepreneurs n'y a été que peu abordé, et ceci, seulement au travers d'une approche descriptive de l'activité entrepreneuriale (Capdevila, Cohendet et Simon, 2017). Cet article fournit aussi un apport à plusieurs titres à la littérature sur l'effectuation. Premièrement, en pointant l'importance de la position des entrepreneurs dans l'écosystème créatif, il met en exergue un facteur complémentaire aux caractéristiques de l'environnement (Sarasvathy et Germain, 2011) dans le choix de l'approche entrepreneuriale et propose de considérer cette position de l'entrepreneur comme facteur discriminant entre approche causale et approche effectuale. Deuxièmement, en mettant en avant la fonction d'intermédiation de l'entrepreneur, notre recherche permet de mieux comprendre par quels mécanismes se matérialise cette capacité transformative.

Notre recherche peut, par ailleurs, donner lieu à différents types de prolongements qui, bien qu'esquissés, demanderaient à être validés par une comparaison avec d'autres cas d'écosystèmes dans les ICC. Le premier correspond à une meilleure compréhension des interactions temporelles et relationnelles entre les différents processus d'intermédiation et leurs liens avec le développement de l'écosystème créatif. Ainsi, si la fonction d'activation de la proximité géographique semble être prépondérante pour structurer l'*underground* et faire émerger un *middleground*, l'importance des autres fonctions d'intermédiation semble se jouer lors de phases ultérieures. En outre, il semblerait que chaque entrepreneur a tendance à se spécialiser dans un type de mécanismes. Ceci pose donc la question des bases de la légitimité de chacun pour tenir un rôle particulier et des caractéristiques individuelles associées. Enfin, bien que présente de manière sous-jacente à l'évolution du courant, nous n'avons pas traité du problème de la géographie des activités entrepreneuriales et de leur influence sur les dynamiques de diffusion des idées. Notre cas pressent une complémentarité entre les activités entrepreneuriales localisées dans différents niveaux géographiques (local, national, international) qui demanderait, toutefois, à être vérifiée.

EXEMPLAIRE AUTEUR - DIFFUSION ET COMMERCIALISATION INTERDITES - © RIPME/EMS

EXEMPLAIRE AUTEUR - DIFFUSION ET COMMERCIALISATION INTERDITES - © RIPME/EMS

Annexe 1. Principaux entrepreneurs et action entrepreneuriale associée

Entrepreneurs	**Pays d'exercice**	**Action entrepreneuriale en lien avec le genre**
Boris Schaack + Conrad Schnitzler + H.J. Roedelius	Allemagne	Fondation du Zodiac Club (Berlin)
Bruno Wendel	Allemagne	Fondation du label Brain Records
Conny Plank	Allemagne	Fondation et direction du Conny's Studio à Wolperath
Dieter Dierks	Allemagne	Fondation et direction du Studio Dierks
Gabriel Ibos	France	Fondateur des labels Spalax et Vamp Records
Gerhard Augustin	Allemagne (1965-1972) – USA (1974-)	Direction de la branche allemande de Liberty Records (filiale de United Artists) ; créateur de l'émission *Beat-Club* en 1965
Gunther Körber	Allemagne	Fondation du label Brain Records puis de Sky Records
Hans-Joachim et Bim Reinert	Allemagne	Fondation du café-théâtre Creamcheese (Düsseldorf)
Irmin Schmidt	Allemagne	Fondation de Spoon Records
Jean-Claude Laval et Didier Lelong	France	Organisation du concert de Tangerine Dream avec Nico
Jean-François Bizot	France	Organisateur du Festival du rock allemand de février 1973, programmation : Guru Guru, Kraftwerk, Tangerine Dream, Ash Ra Tempel
Joachim Ernst Berendt	Allemagne	Fondation de la SWF + animation d'émissions sur le jazz durant l'après-guerre
John Peel	Royaume-Uni	Organisation de Peel Sessions de Can, Amon Düül II, Tagerine Dream, Faust
Jost Gebers	Allemagne	Fondation du label FMP
Klaus Schulze	Allemagne	Fondations des labels Innovative Communication (1978) et InTeam (1981)
Othmar Schreckeneder	Allemagne	Fondation de Schneeball Records et de Faruk Musik
Peter Meisel	Allemagne	Association financière pour la fondation de Ohr Musik avec R-U Kaiser
Peter Strecker	Allemagne	Fondation du label Wergo, affilié à Schott
Richard Branson	Royaume-Uni	Fondateur du label Virgin (Faust, Tangerine Dreeam, AshRa…)
Rolf-Ulrich Kaiser	Allemagne	Organisation du Essener Song Tage de septembre 1968, fondation des labels Ohr, Pilz et Kosmische Kurriere 1969-1973

Entrepreneurs	Pays d'exercice	Action entrepreneuriale en lien avec le genre
Siegfried Loch	Allemagne	Direction de la branche allemande de Liberty Records (filiale de United Artists)
Thomas Kessler	Allemagne	Directeur du Beat Studio de l'école de musique électronique de Berlin
Thomas Stöwsand	Allemagne	Activité de tourneur pour des musiciens de jazz d'avant-garde et de musiques du monde
Werner Herzog	Allemagne	Réalisation de films, dont la bande-son a été composée par des musiciens de krautrock (*Aguirre*, *La Colère de Dieu*, *Fitzcarraldo*…)

EXEMPLAIRE AUTEUR - DIFFUSION ET COMMERCIALISATION INTERDITES - © RIPME/EMS

EXEMPLAIRE AUTEUR - DIFFUSION ET COMMERCIALISATION INTERDITES - © RIPME/EMS

RÉFÉRENCES

Adelt, U. (2016). *Krautrock : german music in the seventies*. Ann Arbor, University of Michigan Press.

Albinsson, S. (2018). Musicians as entrepreneurs or entrepreneurs as musicians ? *Creativity and Innovation Management*, *27*(3), 348-357.

An, W., Rüling, C.C., Zheng, X. et Zhang, J. (2020). Configurations of effectuation, causation, and bricolage : implications for firm growth paths. *Small Business Economics*, *54*(3), 843-864.

Becker, H.S. (1984). *Art worlds*. Berkeley, University of California Press.

Borgatti, S.P., Everett, M.G. et Freeman, L.C. (2002). *Ucinet for windows : software for social network analysis*. Harvard, Analytic Technologies.

Brown, T.S. (2017). In search of space : the trope of escape in german electronic music around 1968. *Contemporary European History*, *26*(02), 339-352.

Caduff, R. et Plank, S. (2017). *Conny plank, the potential of noise*. Westdeutscher Rundfunk, Cine Plus Filmproduktion, ARTE.

Capdevila, I., Cohendet, P. et Simon, L. (2017). From a local community to a global influence. How El Bulli Restaurant created a new epistemic movement in the world of haute cuisine. *Industry and Innovation*, *25*(5), 1-24.

Chapain, C., Emin, S. et Schieb-Bienfait, N. (2018). L'entrepreneuriat dans les activités créatives et culturelles : problématiques structurantes d'un champ d'étude encore émergent. *Revue de l'Entrepreneuriat*, *17*(1), 7-28.

Charreire Petit, S. et Durieux, F. (2014). Explorer et tester : les deux voies de la recherche. Dans R.A. Thietart (dir.), *Méthodes de recherche en management* (p. 76-104). Paris, Dunod.

Chiapello, E. (1997). Les organisations et le travail artistiques sont-ils contrôlables ? *Réseaux, Communication, Technologie et Société*, *15*(86), 77-113.

Cohendet, P., Grandadam, D., Mehouachie, C. et Simon, L. (2018). The local, the global and the industry common : the case of the video game industry. *Journal of Economic Geography*, *18*(5), 1045-1068.

Cohendet, P., Grandadam, D. et Simon, L. (2009). Economics and the ecology of creativity : evidence from the popular music industry. *International Review of Applied Economics*, *23*(6), 709-722.

Cohendet, P., Grandadam, D. et Simon, L. (2010). The anatomy of the creative city. *Industry and Innovation*, *17*(1), 91-111.

Cohendet, P., Grandadam, D. et Simon, L. (2011). Rethinking urban creativity : lessons from Barcelona and Montreal. *City, Culture and Society*, *2*(3), 151-158.

Cohendet, P., Grandadam, D., Simon, L. et Capdevila, I. (2014). Epistemic communities, localization and the dynamics of knowledge creation. *Journal of Economic Geography*, *14*(5), 929-954.

Cohendet, P., Parmentier, G. et Simon, L. (2017). Managing knowledge, creativity and innovation. Dans H. Bathelt, P. Cohendet, S. Henn et L. Simon (dir.), *The Elgar companion to innovation and knowledge creation* (p. 197-214). Cheltenham, Edward Elgar Publishing.

Cohendet, P. et Simon, L. (2015). Introduction to the special issue on creativity in innovation. *Technology Innovation Management Review*, *5*(7), 5-13.

Cohendet, P., Simon, L., Sole Parellada, F. et Valls Pasola, J. (2009). Les villes créatives : une comparaison Barcelone-Montréal. *Management international*, *13*, 5-21.

Cope, J. (1996). *Krautrocksampler : one head's guide to the great komische musik, 1968 Onwards*. Yatesbury, Head Heritage.

Curien, N. et Moreau, F. (2006). *L'industrie du disque*. Paris, La Découverte.

Dechamp, G. et Szostak, B.L. (2016). Organisational creativity and the creative territory : the nature of influence and strategic challenges for organisations. *M@n@gement*, *19*(2), 61-88.

Dedehayir, O., Mäkinen, S.J. et Ortt, J.R. (2018). Roles during innovation ecosystem genesis : a literature review. *Technological Forecasting and Social Change*, *136*, 18-29.

Deshayes, E. (2007). *Au-delà du rock : la vague planante, électronique et expérimentale allemande des années soixante-dix*. Marseille, Le mot et le reste.

De Vogeleer, E. et Lescop, D. (2011). Plateformes, coordination et incitations. *Revue management & avenir*, *46*(6), 200-218.

Dumez, H. (2016). *Méthodologie de la recherche qualitative : les questions clés de la démarche compréhensive*. Paris, Éditions Vuibert.

Dutraive, V., Szostak, B.L. et Tiran, A. (2018). *Vers la compréhension de l'entrepreneur de demain : s'inspirer de l'entrepreneur dans les industries culturelles et créatives* (working paper BETA 2018-49). Strasbourg, Université de Strasbourg.

Emin, S. et Guibert, G. (2017). Complexité et auto-organisation en entrepreneuriat collectif : analyse d'une scène musicale locale. *Revue internationale PME*, *30*(2), 87-113.

Emin, S. et Sagot-Duvauroux, D. (2016). L'émergence de dynamiques coopératives : l'exemple d'un réseau d'entreprises créatives colocalisées. Une approche par l'économie des proximités. *Géographie, Économie, Société*, *18*(4), 525-550.

Ernst & Young (2015). Un monde très culturel : premier panorama de l'économie de la culture et de la création. Récupéré le 15 avril 2019 du site : https://fr.unesco.org/creativity/files/monde-tres-culturel-premier-panorama-mondial-de-leconomie-de-culture-et-de-creation.

Esch, R. (2016). *Electri_city : the Düsseldorf school of electronic music*. Londres, Omnibus Press.

Filippi, M. et Muller, P. (2013). Le jeu des communautés de pratique au sein des coopératives agricoles : le cas des filières fromagères vache d'appellation d'origine du Massif central. Dans A. Torre et F. Wallet (dir.), *Les Enjeux du développement régional et territorial en zones rurales* (p. 27-58). Paris, Éditions L'Harmattan.

Fisher, C.M. et Amabile, T.M. (2011). Creativity, improvisation and organizations. Dans T. Rickards, M.A. Runco et S. Moger (dir.), *The routledge companion to creativity* (p. 13-24). Londres/New York, Routledge.

Fisher, G. (2012). Effectuation, causation, and bricolage : a behavioral comparison of emerging theories in entrepreneurship research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *36*(5), 1019-1051.

Florida, R. (2005). *The flight of the creative class : the new global competition for talent*. New York, Harper Business.

Ford, C.M. (1996). A theory of individual creative action in multiple social domains. *Academy of Management Review*, *21*(4), 1112-1142.

EXEMPLAIRE AUTEUR - DIFFUSION ET COMMERCIALISATION INTERDITES - © RIPME/EMS

EXEMPLAIRE AUTEUR - DIFFUSION ET COMMERCIALISATION INTERDITES - © RIPME/EMS

Freeman, S. et Freeman, A. (2007). *The crack in the cosmic egg : encyclopedia of krautrock, kosmische musik & other progressive, experimental & electronic musics from Germany*. Leicester, Audion.

Germain, O. et Jacquemin, A. (2017). Voies et voix d'approches critiques en entrepreneuriat. *Revue de l'Entrepreneuriat*, *16*(1), 7-18.

Grandadam, D. (2008). *Des réseaux, de la créativité et du jazz* (thèse de doctorat en sciences économiques non publiée). Strasbourg, Université Strasbourg I.

Grandadam, D., Cohendet, P. et Simon, L. (2013). Places, spaces and the dynamics of creativity : the video game industry in Montreal. *Regional Studies*, *47*(10), 1701-1714.

Guibert, G. (2012). La notion de scène locale. Pour une approche renouvelée de l'analyse des courants musicaux. Dans S. Dorin (dir.), *Sound factory* (p. 93-124). Guichen, Éditions Mélanie Seteun.

Guibert, G. et Hein, F. (2007). Les scènes métal : sciences sociales et pratiques culturelles radicales. *Volume !*, *5*(2), 5-18.

Héraud, J.-A., Kerr, F. et Burger-Helmchen, T. (2019). *Management créatif des systèmes complexes*. Londres, ISTE.

Heraud, J.-A. et Muller, E. (2017). Creativity management : causation, effectuation and will. Dans M. Wagner, J. Valls-Pasola et T. Burger-Helmchen (dir.), *The global management of creativity* (p. 121-139). Abingdon, Routledge.

Hjorth, D. (2015). Sketching a philosophy of entrepreneurship. Dans T. Baker et F. Welter (dir.), *The Routledge companion to entrepreneurship* (p. 41-58). Londres/New York Routledge.

Hjorth, D. (2017). Critique nouvelle – an essay on affirmative-performative entrepreneurship research. *Revue de l'Entrepreneuriat*, *16*(1), 47-54.

Howells, J. (2006). Intermediation and the role of intermediaries in innovation. *Research Policy*, *35*(5), 715-728.

Johannisson, B. (2011). Towards a practice theory of entrepreneuring. *Small Business Economics*, *36*(2), 135-150.

Kotsopoulos, N. (2009). *Krautrock : cosmic rock and its legacy*. Londres, Black Dog.

Leroux, I., Muller, P., Plottu, B. et Widehem, C. (2014). Innovation ouverte et évolution des *business models* dans les pôles de compétitivité : le rôle des intermédiaires dans la création variétale végétale. *Revue d'économie industrielle*, *146*, 115-142.

Leslie, D. et Rantisi, N.M. (2017). Innovation and cultural industries. Dans H. Bathelt, P. Cohendet, S. Henn et L. Simon (dir.), *The Elgar companion to innovation and knowledge creation* (p. 244-257). Cheltenham, Edward Elgar Publishing.

March, J.G. (1991). Exploration and exploitation in organizational learning. *Organization Science*, *2*(1), 71-87.

Mehouachi, C., Grandadam, D., Cohendet, P. et Simon, L. (2017). Creative capabilities and the regenerative power of creative industries : local and global ingredients. Dans M. Wagner, J. Valls-Pasola et T. Burger-Helmchen (dir.), *The global management of creativity* (p. 59-81). Abingdon, Routledge.

Menger, P.-M. (2009). *Le Travail créateur. S'accomplir dans l'incertain*. Paris, Le Seuil.

Menger, P.-M. (2014). À la recherche de l'entrepreneur. Dans P.-M. Chauvin (dir.), *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat* (p. 33-44). Paris, Presses de Sciences Po.

Morawietz, S. (2006). *Kraut und Rüben, Über die Anfänge deutscher Rockmusik*. Cologne, West Deutsche Rundfunk.

Morrison, A. (2008). « Gatekeepers of knowledge » within industrial districts : who they are, how they interact. *Regional Studies*, *42*(6), 817-835.

Moureau, N., Sagot-Duvauroux, D. et De Vrièse, M. (2014). Les stratégies de coopération des galeries d'art contemporain : l'apport de l'économie des proximités. *Revue internationale PME*, *27*(3-4), 125-143.

Muller, P. et Tanguy, C. (2019). Les organisations de l'économie sociale et solidaire (ESS) comme intermédiaires de l'innovation sociale : leurs apports… et limites. *Innovations*, *58*(1), 189-217.

Nattiez, J.-J. (2003). *Encyclopédie de la musique. Tome 1 : musiques du XX^e siècle*. Arles, Actes Sud.

Obstfeld, D. (2005). Social networks, the tertius iungens orientation, and involvement in innovation. *Administrative Science Quarterly*, *50*(1), 100-130.

Padgett, J.F. et Ansell, C.K. (1993). Robust action and the rise of the Medici, 1400-1434. *American Journal of Sociology*, *98*(6), 1259-1319.

Parmentier, G., Szostak, B.L. et Rüling, C.-C. (2017). Mot des rédacteurs invités. *Management international*, *22*(1), 9-11.

Patriotta, G. et Hirsch, P.M. (2016). Mainstreaming innovation in art worlds : cooperative links, conventions and amphibious artists. *Organization Studies*, *37*(6), 867-887.

Pirenne, C. (2011). *Une histoire musicale du rock*. Paris, Fayard.

Salaun, V., Fulconis, F. et Fabbe-Costes, N. (2016). Quels mécanismes au cœur des organisations temporaires pulsatoires ? *Revue française de gestion*, *259*(6), 83-99.

Sarasvathy, S.D. (2001). Causation and effectuation : toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *Academy of Management Review*, *26*(2), 243-263.

Sarasvathy, S.D., Dew, N., Read, S. et Wiltbank, R. (2008). Designing organizations that design environments : lessons from entrepreneurial expertise. *Organization Studies*, *29*(3), 331-350.

Sarasvathy, S.D. et Germain, O. (2011). L'effectuation, une approche pragmatique et pragmatiste de l'entrepreneuriat. *Revue de l'Entrepreneuriat*, *10*(3), 67-72.

Sarazin, B., Cohendet, P. et Simon, L. (2017). *Les communautés d'innovation : de la liberté créatrice à l'innovation organisée*. Caen, Éditions EMS.

Simmeth, A. (2016). *Krautrock transnational : die Neuerfindung der Popmusik in der BRD, 1968-1978*. Bielefeld, Transcript Verlag.

Simon, L. (2009). Underground, upperground et middle-ground : les collectifs créatifs et la capacité créative de la ville. *Management international*, *13*, 37-51.

Steyaert, C. (2007). Entrepreneuring as a conceptual attractor : a review of process theories in 20 years of entrepreneurship studies. *Entrepreneurship & Regional Development*, *19*(6), 453-477.

Stubbs, D. (2015). *Future days : krautrock and the birth of a revolutionary new music*. New York, Melville House.

Swedberg, R. (2006). The cultural entrepreneur and the creative industries : beginning in Vienna. *Journal of Cultural Economics*, *30*(4), 243-261.

Torre, A. (2008). On the role played by temporary geographical proximity in knowledge transmission. *Regional Studies*, *42*(6), 869-889.

EXEMPLAIRE AUTEUR - DIFFUSION ET COMMERCIALISATION INTERDITES - © RIPME/EMS