



les Ateliers d'Henry

## PHILOSOPHIE (Texte complet)

La création, l'art et la culture qui sont appréhendés tantôt comme des matières de loisirs, de luxe, de futilité, tantôt comme des matières philosophiques, spirituelles, sensibles et intellectuelles, subissent une estime divergente, une controverse qui mène encore parfois jusqu'à la remise en question de leur légitimité et de leur sauvegarde.

**Nous savons comme la survie des choses ne tient désormais qu'à leur intérêt économique ; ça n'est pas vrai pour les matières philosophiques, spirituelles et culturelles. Celles-ci constituent notre histoire et influent notre présent ; elles fondent et guident nos projets d'avenir.**

L'acte de conservation ou de création ne peut se faire autrement que par le partage et l'interaction, l'opposition et la fusion des savoirs et des compétences.

Les corps scientifique, artistique et intellectuel sont souvent les rares qui savent dépasser les conflits culturels et les conflits d'intérêt : **la difficile relation inter-culturelle dans laquelle nous vivons désormais, à tous niveaux et toutes échelles, implique qu'il faille faciliter l'émergence de la conscience de soi et de la reconnaissance de l'autre.**

**Nous défendons que la connaissance, la création et la production sont indispensables au développement, à la pérennité et à la plénitude de l'Homme.**

**Il est évident pour nous que la culture est une matière majeure dans le rôle de l'émergence de la conscience individuelle et collective : rôle principal de l'opérateur culturel.**

On fait donc naturellement appel au concours des secteurs de la création, des arts et de la culture pour répondre à ce défi. Ceci explique la naissance de l'ingénierie culturelle et des Ateliers d'Henry.

La crise du modèle de l'économie néo-libérale que nous traversons démontre le fait que nous devons sortir d'un certain nombre de schémas stéréotypés de l'épanouissement garanti par la dynamique de croissance.

**La culture et l'économie doivent s'allier sans se dénaturer ou s'appauvrir.**

**Nous croyons au binôme de l'économie et de la culture.** Ces deux notions combinées doivent produire des activités et des services à but lucratif pour sauvegarder une partie du secteur culturel autonome. **L'économie de la culture**, à ne pas toujours confondre avec l'industrie culturelle, **peut donner le moyen à des personnes, des lieux, des institutions, des collectifs, des entreprises ou des fondations, de produire des valeurs commercialisables et de vivre de ses activités.**

**Il ne s'agit pas de dénaturer le sens profond des intentions artistiques et culturelles, au contraire de les protéger et de les aider à s'épanouir dans les marchés, dans le monde de l'économie.**

La combinaison matérielle des valeurs culturelles avec le principe libéral de l'économie capitaliste a fait naître l'économie et l'industrie culturelle. **Cette dernière répond à l'inverse même du principe de l'épanouissement, parfois s'inclinant vers l'asservissement, voire l'automatisme intellectuel ou même l'appauvrissement intellectuel et cognitif.**

Contribuer à la dynamique de l'économie culturelle se traduit pour nous par la conception de services, de produits ou d'entités morales productives de valeurs artistiques et culturelles. Et faire circuler, "faire savoir" des contenus historiques et culturels, des sensations artistiques ou des compétences professionnelles se traduit par la conception de supports de communication, de médiation, de knowledge management, etc

**Peu importe la notoriété, la catégorie ou la corporation professionnelle, notre intérêt s'établit selon l'intention culturelle générale (philosophie) et particulière (le projet), selon la qualité relationnelle, la déontologie, selon la qualité de l'action. En somme, nous ne faisons pas le choix d'une cible selon des critères automatiques d'appartenance (corpus, collectif, lauréat, etc) mais plutôt selon des critères d'attitude, de philosophie et de compétence.**

**Nous nous adressons aux entités physiques et morales qui ont des activités premières ou secondaires liées aux secteurs des arts ou de la culture.**

Les personnes morales sont entendues comme étant les associations, les fonds de dotations, les fondations, les institutions publiques et privées et les entreprises. Les personnes physiques sont entendues comme étant les professionnels dont l'activité est en nom propre, sous le statut de free-lance, de profession libérale, intermittent du spectacle, de salarié en portage, d'artistes ou encore d'auto-entrepreneurs.

Nous estimons que tous les moyens de communications ne sont pas "éthiques". **La stratégie doit à la fois servir la visibilité d'un projet et respecter sa cible.** En somme, le prétexte de diffusion n'est pas une légitimité d'agression ou d'exagération.

**Nous nous positionnons comme intermédiaire (écoute, adaptation, analyse) entre le client et ses contraintes ou ses interlocuteurs, pour le soutenir dans son recrutement, dans sa réorganisation, dans sa méthodologie de travail par exemple.**

## les Ateliers d'Henry

Développement business, Ingénierie culturelle et stratégie de communication  
Conception de produits et de services artistiques et culturels

4, rue du Jura  
75 013 Paris  
00 33 620 48 26 72 (PARIS)  
00 32 497 04 673 (BRUXELLES)

Mail : info@lesateliershenry.com  
Skype : lesateliershenry