

# Humain et civilisation

Master MEMICC ESSECT

"Management Entrepreneurial et Marketing des ICC"

le cours

Personal Branding & Networking

par

Sadika KESKES

# le comment et le processus de construction de l'identité d'une marque

**A. Se positionner**

**B. Les fondamentaux**

**C. L'environnement général**

**D. Le combat : changement et rupture**

**E. Méthode : une chaîne de valeur humaine.**

**F. La communication**

**G. Rôle de l'artiste et du créateur**

**H. La question primordiale : Comment remettre la créativité au centre de la cité ?**

# L'identité primaire

- **le comment et le processus de construction de l'identité d'une marque.** Les éléments qui contribuent au fil du temps à développer une **notoriété et à tisser une relation de confiance avec son public.**
- A noté que la notoriété essentiellement, directe dans les projet créatifs et culturelle, ne se construit qu'à un lien à une ou plusieurs personne. Les outils de communication viendront plus tard comme accélérateur pour porter l'assise des valeurs des entrepreneurs. On parle aujourd'hui carrément de personne centre culturel. La personne devient un lieu.
- Les valeurs que portent l'entrepreneur culturel sont le premier outil de réussite, en particulier l'accueil et l'ouverture, l'empathie, la bienveillance et évidemment l'écoute le respect la considération... Ces valeurs acquises sont l'outil primordiale de la réussite de votre marque : **c'est ce que j'appelle l'identité primaire.** Par conséquence **le projet à entreprendre doit être basé sur une idée obsessionnelle encrée en votre personne** et ce n'est surtout pas le gain au début, il suivra automatiquement par l'honnêteté intellectuelle qui le portera.

# qu'est-ce-que vous voulez offrir ?

- C'est avant tout, **qu'est-ce-que vous voulez offrir ? à qui ? quel besoin vous avez détecté et qui est insoutenable à continuer de la sorte ?** c'est-à-dire quel sera l'apport de ton projet à participer à la construction d'une civilisation ? laquelle ? quel est son champ géographique et humain ?

# la créativité et la clairvoyance

- **Vient après la créativité et la clairvoyance** pour une visibilité du terrain cible et du public. C'est ce qui va nous démarquer des autres marques ou va nous donner l'inspiration de la réussite de certaines autres marques.
- **En fin vient le produit qui doit tendre tout le temps vers l'excellence.** La formation et la réflexions en continue sont très importants pour au moins accompagner l'évolution des besoins du public cible.
- Reste à trouver les moyens matériels pour l'exécution et cela ne sont pas que financiers. Il y a l'échange d'offre d'action qu'il ne faut pas négliger. Un projet qui ne s'autofinance pas dans ces début à 30% puis dans son assise à 80% aura des problèmes de résistance et surtout de liberté par rapport à ces idées et son engagement.
- Même dans la recherche de fond vous devez vous choisir vos partenaires qui doivent avoir les mêmes objectifs que les vôtres.

# Le réseau

- Le réseautage se constitue par votre premier cercle de connaissance, il faudrait le rendre interactif pour une première réussite. Vient après l'utilisation des outils de communication pour augmenter votre réseau. Ces outils ne doivent pas défaillir à vos principes qui sont votre identité primaire, sinon vous perdez l'âme du projet.

# Protection

- **La protection des droits d'auteurs et de la propriété intellectuelle :**  
Passage de mon film réalisé par l'Organisation Mondiale de la Protection Intellectuelle.
- Discussion et présentation des outils existants.
- Nous traitons aussi **le lien à votre environnement qu'il soit étatique ou privé** et le comment décloisonner les problèmes que vous allez rencontrer. Vous devez être active et avoir l'audace d'être **une force de propositions** afin de faire évoluer les lois en la faveur du secteur dans lequel vous exercez.
- 
- **Défendre la profession.**
- De l'exemple de ma marque et de certaines autres marques, nous allons dégager une procédure d'action dans l'éco système des ICC en Tunisie en dénombrant les points essentielles pour la réussite de la création d'une marque ou de son accompagnement. L'éco système des ICC sera traité de façon à donner une clairvoyance et un état des lieux. De dégager les failles et les forces de notre environnement culturel et créatif.

# Se positionner

- *« La tâche de la conscience est de comprendre ce qui s'est passé, et cette compréhension, selon Hegel, est la manière pour l'homme de se réconcilier avec la réalité ; sa fin réelle est d'être en paix avec le monde. L'ennui est que si la conscience est incapable d'apporter la paix et de produire la réconciliation, elle se trouve immédiatement engagé dans son genre propre de guerre ».*
- Hannah Arendt, La crise de la culture, Préface, Huit exercices de la pensée politique, 1972, édition Gallimard.

# Hégémonie

- Les dernières crises mondiales sanitaires ou de conflits, nous a démontré et a mis à plat un système économique hégémonique qui a mis à l'écart la culture au dépend d'un matérialisme accablant et dépourvu de tout humanisme. L'Homme est réduit à une machine de consommation sans *reliance* réduisant à néant la philosophie au service de la vie, base de toute construction culturelle et déclencheur de civilisation.
- Aujourd'hui qu'elles sont les pôles émergents qui aspirent à la création de civilisations ? ne devons-nous pas regarder de plus près la créativité artistique ? sommes-nous dans un contentement de mâcher le reste des civilisations qui nous ont été offertes par nos ancêtres ? Qu'est-ce que nous sommes en train de préparer pour nos générations futures ? Sommes-nous dans l'incapacité de créer les leviers contre le barbarisme moderne ?

# une vision constructiviste

- Nous devons participer les pôles de changement au niveau mondial, de nous pousser à une remise en question des systèmes archaïques maintenus jusque-là par une médiatisation rétrograde noyer dans une répétition stérile dépourvue de créativité.
- Nous devons rentrer dans un espace-temps universel, détaché de sa contemporanéité pour une vision large ancrée à la fois dans le passé et le futur, dans l'espoir de pouvoir participer à une vision constructiviste pour la culture et la créativité.

# Les fondamentaux pour l'entrepreneur culturel

1-La création et le processus créatif

2- L'imaginaire précède le réelle et non le contraire nous ne devons pas négliger, le pouvoir de l'art et de la création, afin de l'orienter vers les stratégies de recherches d'un meilleur équilibre humain et chercher le bonheur plutôt que l'expansionnisme vertigineux.

3- Que l'accès à la culture est un droit inscrit dans la charte des Droit de l'Homme.

4- Dans les projets culturelles notre rôle est d'ajouter une pierre à l'édifice d'une civilisation

5- Si on se pose encore cette question de construire une civilisation c'est en chaque personne qu'il faudrait chercher.

6- Là où réside la volonté d'améliorer, les solutions ne peuvent émaner que du même lieu.

7- les créateurs et le corps intellectuel, viennent non seulement raccommoier les blessures émotionnelles, mais aussi développer un imaginaire nouveau, seul garant de la lutte et de la transformation positive des sociétés.

# Les fondamentaux suite

8- La mémoire : Nous devons souder le fil rompu de la tradition, qui a pour rôle de transmettre et conserver à travers le passé et reconstituer la chaîne à laquelle chaque nouvelle génération sciemment ou non était attachée, dans sa compréhension du monde et dans sa propre expérience. La substance de l'histoire est constituée par ces interruptions autrement dit par l'extraordinaire mémoire.

9- il n'y a de vérité que celle de la poésie, une vérité instable et relative mais en même temps seule garante de civilisation et d'évolution des sociétés.

10- La culture est d'abord une façon d'être en soi et vers autrui.

11- les cultures comme sources de transformation sociétale, de connaissances, de sens, de valeurs; et d'une prise de positions éthiques, esthétiques et politiques.

12- La culture offre le moyen d'exprimer sa créativité de se forger une identité propre et de préserver le sentiment d'appartenance à une communauté.

13- la culture contribue puissamment au développement économique, à la stabilité sociale et à la protection de l'environnement. La culture est en effet non seulement un facteur de croissance économique, mais également un réel moteur du développement durable.

14- Prise de conscience et engagement

# L'environnement général

- Dans les sociétés en mal d'équilibre humain, les penseurs et les créateurs sont en porte-à-faux avec leurs propres sociétés.
- Nous vivons un fossé qui sépare la connaissance philosophique et la vision stratégique de la pratique et des politiques culturelles.
- Exemple institutionnel:
- Les Nations Unies a créé le Laboratoire pour le changement et le savoir organisationnels pour les raisons suivantes : « L'évolution du paysage géopolitique, l'augmentation de la fréquence et de la durée des urgences d'ordre humanitaire et environnemental, les nouveaux défis du développement et l'essor des technologies imposent à toutes les entités des Nations Unies de penser et d'agir différemment »
- Par exemple à l'UNESCO et j'en suis témoin par le poste que j'ai occupé pendant deux années suivie par ma démission, nous assistons malheureusement à une résistance farouche au changement au sein même de cette institution.

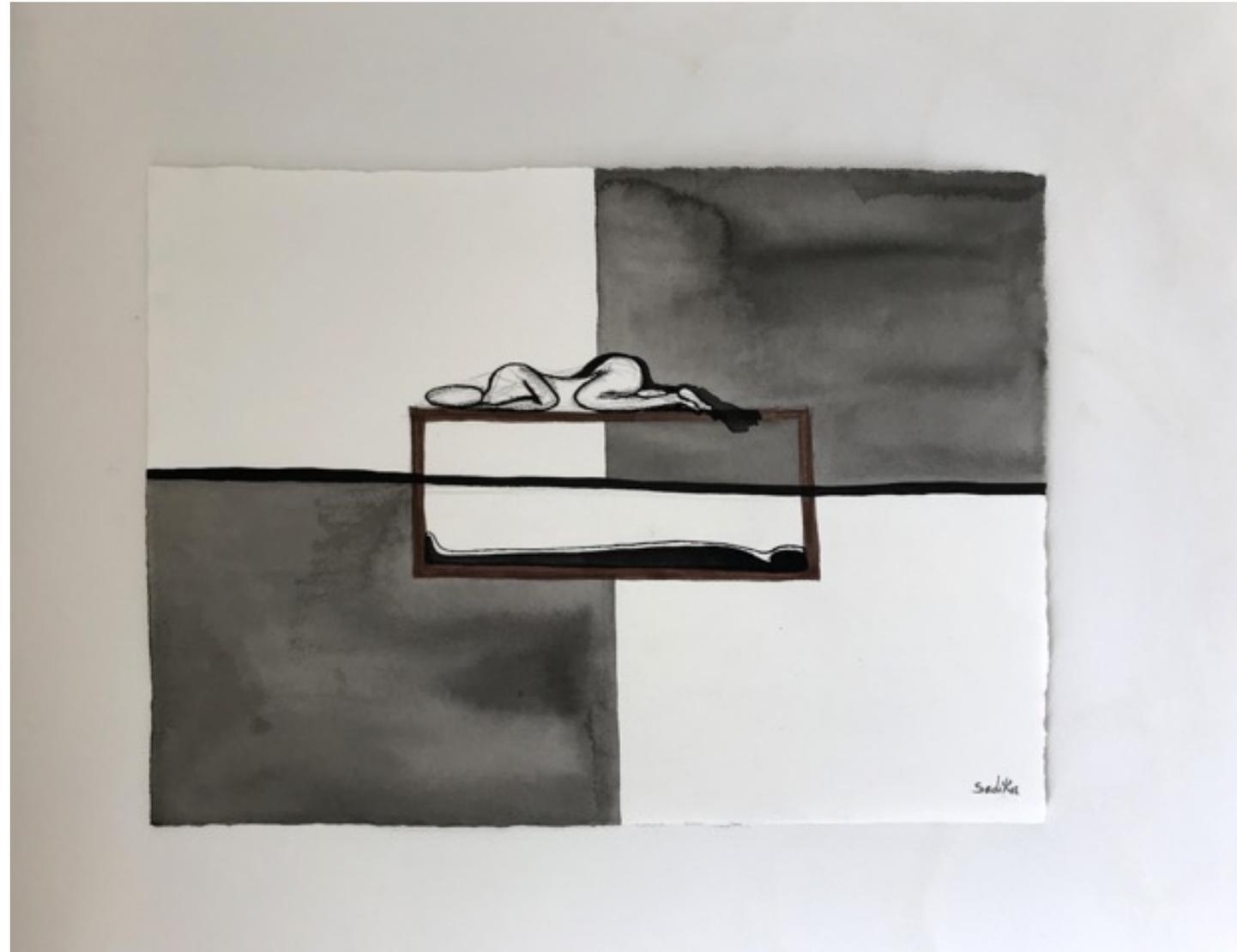
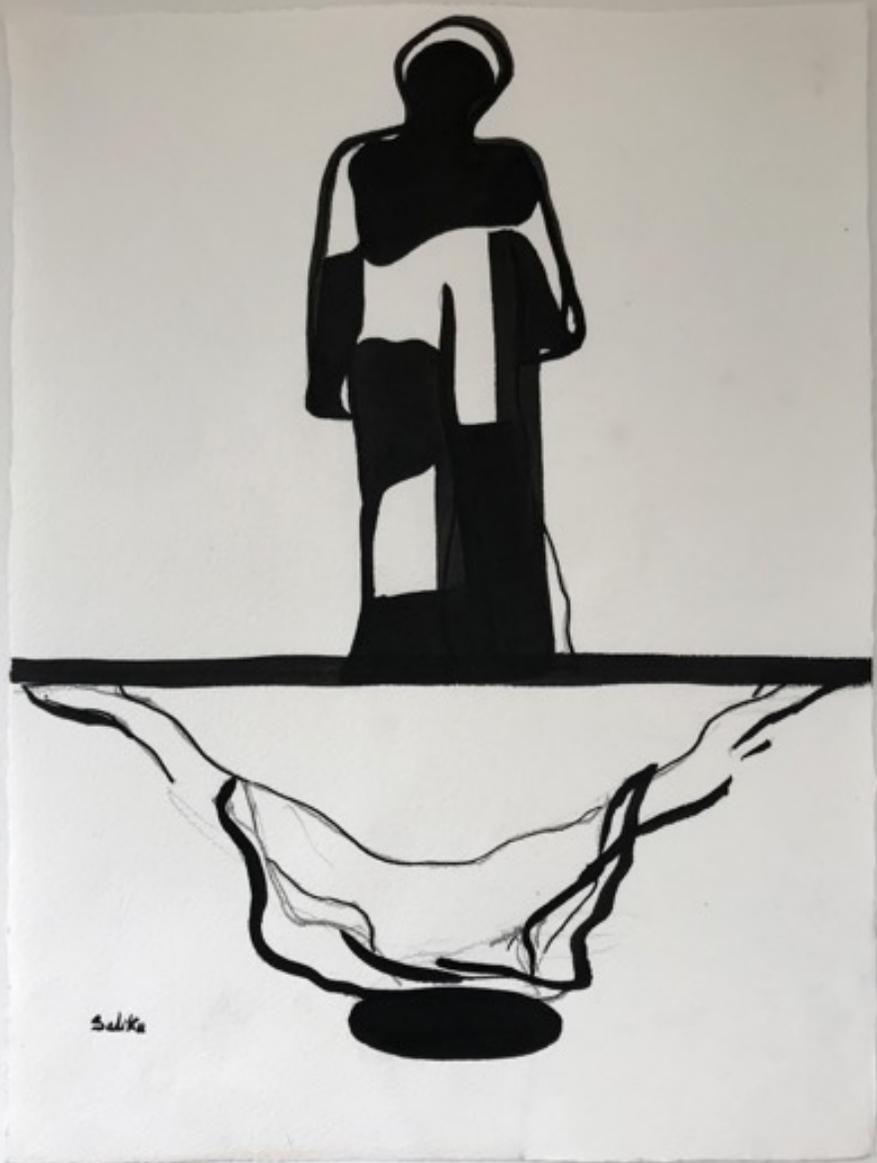
# Le combat : changement et rupture

- Le combat est culturel pour lutter contre la farouche résistance au changement aux idées et aux fondements philosophiques en faveur de transformation timide et unidirectionnelle.
- Nous vivons une époque qui n'a plus le choix en dehors des grands changements.
- Notre tradition de pensée tel que nous la vivons aujourd'hui est incapable de faire face à la résistance. Seule la rupture épistémologique est capable d'engager une profonde réflexion sur la connaissance par l'analyse, l'étude et la critique de toutes les disciplines du savoir et de la connaissance, ainsi que leurs méthodes et leurs découvertes.

# l'émergence des systèmes

- Les brisures sont essentielles pour l'existence ou l'émergence des systèmes. La dissymétrie sert à rompre avec tout ce qui est structuré pour devenir une genèse et tenter de remonter le temps ou de l'observer sur son autre facette de créer un autre possible, car les possibilités ne s'actualisent que via un certain écart à la norme, pour devenir des constructions dynamiques, fécondes et pertinentes.
- C'est le problème abordé par Kant dans sa *Critique de la faculté de juger* qui se repose ici. La dissymétrie ne serait-elle pas cette impossible « légalité du contingent » tant recherchée ?
- Quand la rupture se produit réellement, nous rentrons dans le champ d'une mutation bien réelle .
- Aujourd'hui, les grands changements ne résident peut-être pas en une innovation scientifique extraordinaire ou en la découverte de territoires nouveaux, qui viennent sauver le monde, mais plutôt dans le changement des cartes sociétales et de leurs distributions, moteur de la transformation, au début par l'imaginaire pour agir ensuite sur le réel. Nous avons besoin d'une réhabilitation des sociétés et d'une meilleure adhésion dans notre contemporanéité.

Dessins de Sadika en période de CORONA



# Méthode

- La chaîne de valeur humaine est une méthode qui commence par l'éducation et la culture ; passe par les valeurs éthiques, la sociabilisation et l'innovation.
- Dans l'entrepreneuriat culturel, tous les intervenants doivent intégrer cette chaîne de valeur humaine.
- Maintenir en facteur une synergie intellectuelle.
- Le croisement de disciplines artistiques entre elles, mais aussi avec les sciences humaines : philosophique, anthropologique...
- la création d'un réseau d'échange de bonne expérience
- Le rapprochement de la culture des citoyens, pour le développement d'une approche collaborative locale au service d'un écosystème économique, culturel et social
- La capacité de transformation sociétale pour une culture de paix par une approche artistique, traitant des préoccupations ancrées dans le « commun », et des problématiques qui ont trait au groupe, à la collectivité et aux usages.

# La communication

- Les entreprises culturelles sont basé sur des valeurs contrairement aux autres entreprises qui cherchent à trouver surtout un avantage concurrentiel.
- Nos visions sont brouillées par une cacophonie d'information visuelle où l'image devient outil de pouvoir .
- Les outils de communication dans l'entreprise culturelle, doivent se baser sur les valeurs.

# Rôle de l'artiste et du créateur

- Qui, est meilleur témoin de la réalité des sociétés que les artistes et créateurs? D'abord par leurs sensibilités et ensuite par leurs ancrages dans leurs environnements respectifs.
- Contrairement aux médias qui rapportent des faits ponctuels, les artistes dialoguent sans interruption pour et avec tout ce qui les entourent. Soit, ils mettent à plat et tout cru les nœuds de la société en les critiquant, soit, ils créent de la beauté pour enchainer le monde. Hannah Arendt, dans son livre crise de la culture je cite «*Saisir d'émerveillement en face de ce qui est tel qu'il est* ».
- A l'image de toute métaphore, ce sont ces minorités qui déclenchent le début des solutions, car l'action ne pourrait être entamée si la réalité est camouflée par des communications, au service de groupes de pouvoir, spécifiques à leurs propres intérêts et non à celui de la majorité de leurs communautés respectives.
- Cette minorité devient souvent la minorité des minorités. En effet, même si proportionnellement on naît égaux face à nos capacités créatives, l'environnement dans lequel on vit peut tuer cette créativité et créer les inégalités.
- Hannah Arendt, La crise de la culture, La tradition et l'âge moderne, 1972, édition Gallimard.

# engagement

- lorsque ces créateurs, ancrés dans leurs environnements s'engagent, leur créativité devient le reflet cru de la vérité. Si en plus, cet engagement devient communautaire, leurs actions représenteront souvent des prémices de solutions ou des reflets de lumière dans la grande obscurité.
- Puisque la réalité est devenue opaque à la lumière de la pensée, l'art vient comme une action déterminante pour tracer un futur nouveau qui ne tire pas en arrière mais pousse vers l'avant.
- Nous devons, alors, non seulement encourager ces créateurs, mais aussi être à leur écoute. En effet, écarter les créateurs du centre de leurs sociétés respectives, est une fatale erreur qui a été induite, d'abord par l'amalgame entre culture et loisir puis par la stagnation intellectuelle. Tous deux ne peuvent donner qu'une culture de masse, dépourvue d'essentiel, pourtant requise pour régénérer l'histoire.
- La création artistique a été diluée dans une production et une communication de masse, réduisant son rôle à néant. Pour cette raison, les artistes émergents, menus de leurs forces vives et n'ayant pas encore été formatés et dévorés par la machine de consommation, ils représentent l'espoir.

# La question primordiale : Comment remettre la créativité au centre de la cité ?

- La créativité est le moteur de démarrage pour la lutte contre la pauvreté dans son sens le plus large, et aussi l'espoir pour tendre vers la paix et le bonheur de l'humain.
- 
- D'abord, nous ne devons pas négliger, le pouvoir de l'art, afin de l'orienter vers les stratégies de recherches d'un meilleur équilibre humain. Dans le cas contraire, les conséquences pourraient être très graves, car la décentralisation de l'art en vue de sa soumission au service d'une société de consommation, il devient une marchandise, lui faisant perdre tout son pouvoir générateur de vie. C'est pourquoi d'ailleurs, mis à part les résistances individuelles d'ici et là, la notion de *subculture* est naît à la marge d'une culture dominante et au profit de valeurs, de représentation et de comportement d'un groupe social en avance sur son temps.

,

- Dans un premier temps, en mettant la lumière sur les minorités les plus fragilisées par le monde de la consommation, ne sommes-nous pas au point de départ des grands changements nécessaires à notre époque et ne répondons-nous pas à la volonté globale de chercher le bonheur plutôt que l'expansionnisme vertigineux.
- Ce n'est que dans cette attitude que les pyramides du savoir se redresseront.
- Nous devons également lutter contre la défragmentation, au sein de la discipline artistique elle-même, en luttant par le langage, c'est à dire à l'origine des choses.
- Notre société d'aujourd'hui, sont au service du marché, elle exclue celui qui divulgue cette vérité. L'heure est au développement des objets impersonnels qui guident nos quotidiens, la qualification du « beau », est considéré comme péjoratif dans les milieux de l'art.