

**Communication Séance Plénière
21 et 22 Juin 2012**

Titre : Réseau de l'économie créative

I. CONTEXTE

Face à l'impératif de remettre l'économie sur les rails et d'aborder les défis mondiaux de manière cohérente et efficace, la créativité et l'innovation deviennent de puissants moteurs de développement en termes de croissance et de création d'emplois.

Situées à la frontière de l'économie et de la culture, les industries créatives s'inscrivent très directement dans l'économie de la connaissance et sont désormais reconnues comme l'un des secteurs les plus dynamiques à l'échelle mondiale, européenne ou française. Non seulement les industries créatives disposent d'un potentiel largement inexploité de création de croissance et d'emplois mais elles sont également un levier de cohésion sociale et territoriale avec des retombées positives sur le reste de l'économie (notamment sur l'industrie manufacturière qui doit embrasser davantage encore les services et l'innovation).

Au début des années 2000, les anglais ont fait émerger la notion « d'industries créatives » comme étant « les secteurs industriels qui trouvent leur origine dans la créativité industrielle, la compétence et le talent et qui offrent des potentialités de créations de richesses et d'emplois à travers le soutien et l'exploitation de la propriété intellectuelle ».

La définition du périmètre des industries créatives a fait l'objet de nombreuses publications dans le monde et varient en fonction des pays, des Régions, des métropoles ou des organismes internationaux qui s'y intéressent. Néanmoins, le comité politique du projet « réseau de l'économie créative » s'est appuyé sur la définition du ministère anglais de la Culture, des médias et des sports pour la transposer au niveau régional.

Ces industries créatives sont donc composées de plusieurs secteurs d'activité économique :

- * Les « industries culturelles » : productions cinématographiques et audiovisuelles, musique, éditeur de livres et de presse, imprimerie, multimédia,
- * Des secteurs connexes qui fondent leurs productions sur l'esthétique et des références culturelles et interagissent directement sur les entreprises industrielles et de services : architecture, design, mode, publicité

× Les activités de création de logiciels et d'applications internet

Il est bien évident que le thème « industrie » fait référence à la capacité à démultiplier les productions, mais que ces activités économiques entrent très logiquement dans le champ des services.

On doit aussi constater que les grandes capitales mondiales constituent les pôles de concentration de cette économie créative pour une grande partie mondialisée. Paris en est un des centres névralgiques, avec Londres et New-York. L'Île de France concentre 47% des emplois créatifs métropolitains.

La Région Centre compte plus de 15 000 emplois créatifs, ce qui la place en 11ème position nationale, première région du Grande Bassin Parisien, hors Ile de France.

En proposant de dynamiser le « réseau de l'économie créative », la Région Centre prend en considération l'importance de celles et ceux qui contribuent, pour leur culture (artistique et technique) et leur créativité à l'innovation et à l'émergence d'activités économiques nouvelles.

Les systèmes productifs doivent tisser des liens encore plus étroits avec les communautés créatives, dont la matière première est leur capacité à imaginer, à créer et à innover. Dans cette nouvelle économie, la valeur immatérielle détermine de plus en plus la valeur concrète. La capacité à créer de nouvelles passerelles entre secteurs d'activités et réseaux sociaux est devenue un facteur déterminant de compétitivité.

En favorisant la mise en relation de tous ces créatifs afin de nourrir une émulation, des synergies, des idées nouvelles, la Région est dans son rôle d'animation du développement économique.

II. Mise en œuvre

1. Phase de lancement : réalisation d'une étude-action

Une des premières tâches à réaliser consiste à repérer les membres potentiels de ce réseau en région Centre (artistes professionnels, auteurs, média, éditeurs de livres, imprimeurs, éditeurs de logiciels, architectes, designers, graphistes, publicitaires...) et à les interroger sur les centres d'intérêt, les animations, les outils mutualisables qui pourraient les fédérer. Il convient ensuite d'une part, d'amorcer la structuration d'un réseau de l'économie créative en région Centre en ayant au préalable caractérisé ses points forts et ses faiblesses et d'autre part, d'identifier les conditions de son développement et de sa pérennisation.

Pour ce faire, une étude-action a été lancée le 23 février pour une période 12 mois. Le cabinet IDATE, prestataire spécialisé dans le développement territorial des industries culturelles et créatives, mènera cette mission en veillant à mobiliser l'ensemble des acteurs pouvant jouer un rôle décisif dans cette mise en réseau. C'est ainsi qu'un comité technique composé de personnalités qualifiées a été constitué autour du comité politique et de l'équipe projet. Il compte des représentants des différents secteurs de l'économie créative qui apportent leur regard et leurs expertises sur le déroulement de cette mission.

1.1. Méthodologie et contenu de l'étude action

• Etape 1 : Caractérisation du secteur de l'économie créative et des forces en présence

Cette caractérisation a vocation à cibler prioritairement les secteurs ou champs de création cités plus haut qui sont fondés sur des actifs créatifs ou activités nouvelles capables de produire un effet sur la croissance économique et le développement.

Les industries créatives devront impérativement être considérées comme génératrices d'emplois, de produits, services, concepts à haute valeur ajoutée. Elles désignent un ensemble d'activités basées sur un capital culturel, artistique et esthétique, comportent une dimension de développement et se rattachent à l'économie dans son ensemble.

Pour cette étape, le prestataire aura pour objectifs de :

- présenter les caractéristiques des industries créatives : poids économique, emploi, dynamique de création de richesses (droits de propriété industrielle, création d'entreprises et d'emploi, positionnement du numérique par rapport à l'économie créative)...
- construire et alimenter, en lien avec le géomaticien (spécialiste en système d'information géographique) de la Région Centre, la base de données géographiques permettant de cartographier les acteurs du secteur
- établir un panorama général initial du secteur sur la base d'indicateurs qui seront validés par le maître d'ouvrage
- repérer les synergies possibles avec des réseaux extrarégionaux, nationaux et internationaux.

• Etape 2 : Repérage et entretiens avec des acteurs potentiellement « leaders »

Le prestataire va ensuite identifier une liste d'acteurs potentiellement « leaders » au sein de l'économie créative, c'est-à-dire présentant une capacité d'entraînement vis-à-vis de leurs homologues et une ouverture à la démarche de réseau. Ce travail d'identification sera plus dense autour des principales agglomérations.

Le prestataire s'attachera à identifier, dans la mesure du possible, deux niveaux d'organisation :

- les entreprises appartenant d'emblée au secteur de l'économie créative ;
- les formes inorganisées de plateforme de création (via les réseaux sociaux notamment).

Lors de cette phase, le prestataire mènera une cinquantaine d'entretiens avec les acteurs face à face avec les leaders identifiés afin de :

- repérer les réseaux auxquels appartiennent ces acteurs ainsi que d'autres membres potentiels du réseau ;
- déterminer parmi les secteurs les plus matures des enjeux partagés, des valeurs communes, des projets fédérateurs, des structures polarisantes potentielles composantes du futur noyau dur d'un éventuel ou d'éventuels clusters

Cette étape permettra également d'identifier les partenaires du développement de l'industrie créative (organismes de recherche, Universités, organismes de formation, industries connexes, structures d'appui et d'accompagnement).

- **Etape 3 : Amorçage et structuration du réseau**

Le prestataire organisera des ateliers avec les acteurs « leaders » interviewés lors de l'étape 2 et élargis aux autres acteurs identifiés par ces « leaders ». L'objectif de ces ateliers est d'amorcer les regroupements, la mise en réseau d'acteurs par plaque géographique ou par filière sur la base d'axes de travail ou de projets repérés à partir d'enjeux communs (si possible identifiés lors de l'étape 2).

- **Etape 4 : Proposition d'un plan d'actions et préfiguration du réseau**

- le prestataire devra également présenter des propositions concrètes et opérationnelles sur l'organisation, les modalités de fonctionnement du réseau, les actions d'animation.

Le prestataire présentera 2 à 3 scénarii permettant de préfigurer le réseau : positionnement de la Région dans cette démarche et impacts en termes de moyens financiers et humains, modalités de pilotage, plan opérationnel à moyen et long terme...

Les conclusions de cette étude-action devront permettre de situer le projet rapidement dans une phase opérationnelle avec un véritable plan d'action moyen long terme

1.2. Calendrier

Action	Échéance
Lancement phase 1 : étude-action	Fev-12
Caractérisation du secteur de l'économie créative et repérage membres leaders	fév 2012 à mai 2012
Communication en séance plénière	juin-12
Animation des ateliers projets	Juin 2012 à fév 2013
Evaluation mission prestataire	mars-13
Lancement phase 2 : structuration pérenne du Réseau de l'Economie Créative	févr-13

1.3. Budget

Le budget de la mission intitulée « étude-action Réseau de l'Economie Créative » proposé par le cabinet IDATE s'élève à 70 K€ TTC. A l'issue de cette étude, si les acteurs manifestent la volonté de formaliser la création d'une organisation portant le réseau de l'économie créative, la Région pourrait étudier le financement, pendant une période de 3 ans, des moyens d'animation à hauteur de 50 à 100 k€ par an.

III. Vers de nouvelles formes d'organisation de l'économie créative ?

Comme nous l'avons vu, la dynamisation de l'économie créative conduit à une nécessaire transformation de l'organisation économique et au développement des formes en réseau.

Il existe de nombreuses typologies d'organisations territorialisées telles que les grappes technologiques ou industrielles, les pôles (technologiques, d'excellence ou de compétitivité), districts industriels ou encore les clusters. Cette dernière forme spécifique d'organisation territoriale mise en exergue par Michael PORTER met en évidence l'existence de concentrations géographiques et économiques caractérisées par des interactions fortes entre les acteurs privés, publics et institutionnels en liaison avec un type d'activité, ces acteurs étant liés par des objectifs communs ou complémentaires sur un territoire donné.

Depuis près de 10 ans, la Région Centre a favorisé le processus de clustering à travers un soutien récurrent auprès des 8 clusters régionaux (Polepharma, Shop Expert Valley, Pôle Industriel Cœur de France, etc.) et des 4 pôles de compétitivité ayant leur siège en région. La notion de cluster, très orientée sur un marché ou un secteur d'activité donné, ne pourra peut-être pas s'appliquer à un réseau de l'économie créative, qui est, par définition, inter-sectoriel. Le concept d'écosystème peut alors apparaître comme plus adapté. Il présente en effet des caractéristiques proches d'un réseau de l'économie créative (acteurs hétérogènes pouvant être soit des entreprises, des institutionnels, des groupes d'intérêt et pouvant appartenir à un ou plusieurs autres écosystèmes, appartenance à différents secteurs d'activités et logique coopérative issue d'une communauté de destin stratégique).

A ce stade, nous ne pouvons qu'avoir qu'une seule certitude : la complexité des croisements entre technologies et secteurs d'activités consubstantielle aux industries créatives conduira à intensifier les relations entre acteurs dans le cadre de réseaux quelle qu'en soit la nature.

Je vous propose que nous engagions dès maintenant, sur cette base, une concertation avec les acteurs concernés pour :

- lancer le repérage des membres potentiellement leaders d'un réseau de l'économie créative
- amorcer les regroupements, les mises en relation sur la base de projets collaboratifs issus d'enjeux communs
- préfigurer le réseau et envisager sa pérennisation à travers un plan d'action moyen long terme

Je vous demande de bien vouloir prendre acte de cette communication.

François BONNEAU