Sujet national pour l'ensemble des centres de gestion organisateurs

CONCOURS EXTERNE

D'INGÉNIEUR TERRITORIAL

SESSION 2017

ÉPREUVE DE NOTE

ÉPREUVE D'ADMISSIBILITÉ :

Rédaction d'une note tenant compte du contexte technique, économique ou juridique lié à ce dossier. Celui-ci porte sur l'une des spécialités choisie par le candidat au moment de son inscription.

Durée : 5 heures
Coefficient : 5

SPÉCIALITÉ : URBANISME, AMÉNAGEMENT ET PAYSAGES

À LIRE ATTENTIVEMENT AVANT DE TRAITER LE SUJET :

- Vous ne devez faire apparaître aucun signe distinctif dans votre copie, ni votre nom ou un nom fictif, ni initiales, ni votre numéro de convocation, ni le nom de votre collectivité employeur, de la commune où vous résidez ou du lieu de la salle d'examen où vous composez, ni nom de collectivité fictif non indiqué dans le sujet, ni signature ou paraphe.
- Sauf consignes particulières figurant dans le sujet, vous devez impérativement utiliser une seule et même couleur non effaçable pour écrire et/ou souligner. Seule l'encre noire ou l'encre bleue est autorisée. L'utilisation de plus d'une couleur, d'une couleur non autorisée, d'un surligneur pourra être considérée comme un signe distinctif.
- L'utilisation d'une calculatrice autonome et sans imprimante est autorisée.
- Le non-respect des règles ci-dessus peut entraîner l'annulation de la copie par le jury.
- Les feuilles de brouillon ne seront en aucun cas prises en compte.

Ce sujet comprend 39 pages.

Il appartient au candidat de vérifier que le document comprend le nombre de pages indiqué.
S'il est incomplet, en avertir le surveillant.

Suite à la déprise industrielle, la ville centre d'INGEVILLE (11 000 habitants), appartenant à l'intercommunalité d'INGECO (39 000 habitants), dispose de friches urbaines dont deux emblématiques : une halle de production et de stockage de 2 000 m^2 environ située en limite communale et une maison de maître de 400 m^2 environ située en cœur de ville dans un parc arboré, siège de l'entreprise autrefois florissante.
L'ancienne activité industrielle constituait une véritable valeur patrimoniale locale tant elle a marqué le territoire. INGECO souhaite donc se porter acquéreur de l'ensemble afin d'en maîtriser la reconversion avec l'ambition qu'elle participe au dynamisme local et qu'elle propose notamment des solutions pour favoriser les innovations économiques.

Dans un premier temps, le président vous demande de rédiger à son attention, exclusivement à l'aide des documents joints, une note sur les nouveaux modèles collaboratifs.

8 points

Dans un deuxième temps, il vous demande d'établir un ensemble de propositions opérationnelles visant à concrétiser l'acquisition, la reconversion et la gestion des friches conformément au projet de l'intercommunalité.

12 points

Pour traiter cette seconde partie, vous mobiliserez également vos connaissances.

Liste des documents :

Document 1 : « L'innovation participative et l'urbanisme » – *post de blog – jouanito.com* – 30 décembre 2014 – 3 pages

Document 2 : « Économie créative et développement des territoires : enjeux et perspectives de recherche » – *Christine LIEFOOGHE – Innovations N°31 (extrait)* – Janvier 2010 – 9 pages

Document 3 : « Comment des start-ups naissent au fablab de Toulouse ? » (extrait) – *Quentin CHEVRIER – Makery* – 6 juillet 2015 – 2 pages

Document 4 : « Créer les nouveaux lieux de la ville créative : Les espaces de coworking » – *Brunot MORISET – halshs.archives-ouvertes.fr (extraits)* – 14 avril 2014 – 3 pages

Document 5 : « Orléans et Tours inaugurent leurs Totems dans deux friches industrielles » – *Stéphane FRACHET – L'Usine Digitale (extrait)* – 14 juin 2016 – 2 pages

Document 6 : « L'économie numérique au service d'un rééquilibrage des territoires » – *Ingrid NAPPI-CHOULET – Le Huffington Post (extrait)* – 14 décembre 2015 – 2 pages

Document 7 : « Workshop Friches 2016. Reconversion des friches industrielles des Pyrénées Cathares, Ariège » – *Communiqué de presse (extraits) – centres-bourgs.logement.gouv.fr – Dispositif Aider (Accompagnement*

interministériel au développement et à l'expertise en milieu rural) du CGET (Commissariat général à l'égalité des territoires) – Mai 2016 – 7 pages

Document 8 : « Affiche de la French Tech » – *lafrenchtech.com* – Septembre 2016 – 1 page

Document 9 : « Le parcours du financement startup » (extrait) – *frenchfunding.fr* – consulté le 6 janvier 2017 – 4 pages

Document 10 : « 2017, au cœur de l'écosystème numérique lyonnais » – *totem.lyonfrenchtech.com* – consultée le 24 avril 2017 – 3 pages

Documents reproduits avec l'autorisation du CFC

Certains documents peuvent comporter des renvois à des notes ou à des documents non fournis car non indispensables à la compréhension du sujet.

DECEMBER 30, 2014 – post de blog – jouanito.com

L'INNOVATION PARTICIPATIVE ET L'URBANISME

L'innovation participative est par définition la démarche par laquelle on permet à plusieurs personnes d'une même entité (entreprise, association, passion, etc) de partager et échanger des idées pour optimiser des dispositifs existants ou en créer de nouveaux sur une thématique précise. Globalement, l'innovation participative, c'est partager des idées ensemble et discuter pour développer de nouvelles idées, qui seront mieux si élaborées à plusieurs que par une seule personne.

Avec les supports numériques, les médias sociaux, le mobile, les opportunités pour échanger des idées sont infinies, bien évidemment, et c'est justement pour cela que l'innovation participative bénéficie d'un souffle nouveau à l'heure du numérique. Si ce type de démarche peut être appliquée à à peu près tous les secteurs d'activité, c'est intéressant de se pencher sur le cas de l'urbanisme.

1. Les citoyens n'ont jamais été totalement satisfaits de l'urbanisme

Toi, moi, vous, tout le monde. On a l'impression de ne pas maîtriser tout ce qu'il se passe dans sa ville et dans l'aménagement urbain. Trop compliqué d'aller voir à la mairie, de se mêler des affaires qui ne nous concernent pas. Du coup, vu qu'on ne peut pas mettre son grain de sel dans l'urbanisme de sa ville, et que chacun paye sa part, on est forcément insatisfait. La ville ne met en pas en place telle ou telle chose qui correspond à mon besoin ou mon désir, je ne suis pas satisfait.

Première raison pour laquelle de nouvelles opportunités sont extrêmement attendues par chacun pour s'impliquer dans l'urbanisme.

2. L'innovation participative est accessible partout et par tout le monde

L'innovation participative, comme je vous le disais, c'est le fait qu'une entité s'ouvre volontairement à son audience pour discuter de projets. Dans l'urbanisme, ce sont souvent les gouvernements, les mairies, les grandes entreprises et/ou les collectivités qui proposent ce genre d'initiatives. Le grand avantage qui donne une force naturelle à ces démarches, c'est le fait que l'innovation participative se décline sur n'importe quel support, encore plus grâce au numérique. C'est accessible partout et par tout le monde. Deuxième raison donc, qui fait que cela révolutionne l'urbanisme, c'est l'accessibilité et le caractère universel de ce genre de démarche. On supprime toutes les barrières administratives et logistiques.

3. Il existe une réelle volonté de s'impliquer dans la gestion de l'urbanisme

Non, vous ne pensez pas ? Bon, moi, si. En tout cas si on parle de notre génération, s'il n'y a pas trop d'obstacles, on est tout à fait preneurs de ce type d'initiatives. Si on peut donner notre avis, participer à une réflexion commune, proposer des idées, discuter de projets, proposer des optimisations, échanger des points de vue pour améliorer l'urbanisme de notre ville, de notre entreprise ou d'un autre endroit, on prend. Et surtout, cette volonté est naturelle et bien fondée : personne n'est là pour avoir une récompense financière, on est là pour avoir une récompense réelle, un meilleur urbanisme. Oui, car parfois les collectivités n'ont pas forcément toutes les idées, un regard extérieur permet de s'ouvrir à d'autres points de vue, à d'autres technologies, à d'autres concepts. En tout cas, je reste persuadé qu'on a tous une réelle volonté de s'impliquer dans la gestion de l'urbanisme, si cette démarche est cohérente, positive et si elle se fait de façon moderne : en utilisant de nouveaux outils, en supprimant les obstacles, etc.

4. L'innovation participative a déjà fait ses preuves et continue de le faire

Évidemment, ce n'est pas un phénomène nouveau. Si j'en parle aujourd'hui c'est que je vois justement de plus en plus d'initiatives réussies et intéressantes. Si vous n'en avez pas encore entendu parler, voici quelques exemples récentes d'innovation participative dans le cadre de l'urbanisme.

- **Jaidemaville,** la start-up de 'démocratie participative'

En France, on peut citer la belle start-up créée par Julien Boyé, qui permet à toutes les personnes résidant dans une ville de participer à la bonne gestion de l'urbanisme. Pour signaler un besoin, une urgence, une idée à la mairie de sa ville, les citoyens se connectent à une application mobile et deviennent acteur de l'urbanisme.

Ensuite, les personnes en charge s'occupent de solutionner le problème ou de donner suite à une proposition.

- **Smarter Cities,** le programme créé par IBM

À l'international, on peut citer le programme très intéressant lancé par IBM intitulé Smarter Cities, qui propose un ensemble de solutions, d'ateliers et d'outils numériques pour révolutionner l'urbanisme, pour imaginer de nouveaux moyens de transport, pour penser une nouvelle façon d'aménager son quotidien, etc. L'avantage d'être propulsé par une grande entreprise, c'est que ce programme bénéficie d'une visibilité importante, d'une forte exposition médiatique et que les différents éléments de ce programme sont bien travaillés et promettent un bel avenir à la démarche.

5. C'est une évolution logique de la société et de la citoyenneté

Le but n'est pas d'énumérer toutes les démarches d'innovation participative qui existent actuellement en France et à l'étranger, je sais qu'il en existe de nombreuses autres tout aussi réussies. Tout ce que je souhaite souligner, c'est qu'on voit justement de plus en plus de petites start-ups ou de grandes entreprises à créer des apps, des plateformes et autres initiaitves sur le numérique qui offrent de nombreux moyens à n'importe qui de participer à l'urbanisme de sa ville, de sa région ou de son pays très facilement, et même de son smartphone. C'est de toute façon l'évolution logique de la société et de la citoyenneté. On s'adapte aux outils technologiques disponibles, on utilise les éléments que chacun utilise dans son quotidien (le mobile, le web, les communautés, etc) pour nous impliquer dans l'urbanisme, et changer un peu de mode de fonctionnement.

DOCUMENT 2

Économie créative et développement des territoires : enjeux et perspectives de recherche

par Christine Liefooghe
Laboratoire TVES (EA 4019)
UFR de géographie et aménagement, Université de Lille 1
christine.liefooghe.at.univ-lille1.fr

En l'an 2000, les pays européens lancent la « stratégie de Lisbonne », qui devait, en dix ans, faire de l'Union européenne la zone du monde la plus compétitive en matière d'économie de la connaissance. En 2008, la Commission de Bruxelles décrète que 2009 sera « l'année européenne de l'innovation et de la créativité ». Ces deux desseins politiques manifestent les enjeux et les difficultés que rencontrent les entreprises et les territoires dans un monde globalisé qui fait de la concurrence l'aiguillon de l'évolution des systèmes productifs. Pourtant, la mutation n'est pas récente. Dans les années 1980, les pays développés sont passés du modèle de régulation fordiste à celui d'une économie post-fordiste. Si le système industriel fordiste s'est appuyé sur la standardisation de la production et l'utilisation massive d'une main-d'œuvre ouvrière peu qualifiée, le système de production flexible mise sur l'innovation permanente et une main-d'œuvre très qualifiée irriguant à la fois l'industrie et les services. L'évolution de l'économie est certes plus complexe que l'interprétation régulationniste simplifiée que nous venons d'en donner, mais l'idée est que l'innovation est l'output de ce système de production flexible dont les savoirs sont l'input.

La créativité est le processus de transformation de ces savoirs en nouvelles connaissances, et en inventions qui pourront (ou non) devenir des innovations. Les travaux scientifiques de différentes disciplines ont largement étudié ces processus, à commencer par ceux de Schumpeter, qui place la créativité et l'innovation au cœur du processus d'évolution du capitalisme (McCraw, 2007). Depuis une dizaine d'années cependant, une littérature, essentiellement en langue anglaise, se développe sur l'économie créative, les industries créatives, la classe créative, les clusters et quartiers créatifs, les villes créatives. Mais la créativité dont il est ici question n'est pas tout à fait celle abordée dans les travaux portant sur l'innovation. Cette créativité s'enrichit d'une dimension artistique, et les recherches sur l'économie créative prolongent les études déjà réalisées en économie culturelle. La littérature des chercheurs français tend d'ailleurs, pour le moment, à confondre les deux acceptions. Comme dans tout domaine de recherche émergent, les travaux se multiplient mais il n'est pas toujours aisé d'y trouver une cohérence. Les définitions de la créativité comme de l'économie créative se multiplient ; les frontières entre économie culturelle, économie de la connaissance, économie créative se chevauchent.

Cet article vise à poser les débats qu'engendre d'ores et déjà la littérature économique, géographique, mais aussi managériale et psychologique, sur ce qu'est la créativité dans le cadre de l'économie créative, puis sur les enjeux du développement des industries créatives pour les territoires à différentes échelles. Nous conclurons sur les limites déjà perceptibles de l'économie créative, parfois présentée comme un nouveau modèle de développement.

L'économie créative : un domaine de recherche en émergence

Cette section propose d'aborder la créativité et l'économie créative sous plusieurs angles : d'une part les relations entre demandes politiques et thèmes de recherche ; d'autre part les définitions de l'économie créative *versus* les industries créatives ; enfin les différences entre économie culturelle et économie créative, dans une approche évolutive de l'économie capitaliste.

L'économie créative : un enjeu pour les territoires ?

Si la créativité est un sujet abondamment documenté dans les domaines de l'économie et du management de l'innovation depuis plus de vingt ans, le thème est plus récent dans le champ de l'économie régionale et urbaine ou de l'aménagement urbain. La notion de « ville créative » émerge au début des années quatre-vingt-dix avec les travaux du sociologue britannique Charles Landry (1990), développés au sein du *Think tank Comedia*. Paru en 2000, le livre intitulé *The Creative City. A Toolkit for Urban Innovators* propose une approche innovante de la régénération urbaine dans une économie mondiale très concurrentielle. L'intérêt politique et scientifique porté à la créativité et à son impact sur le développement économique et urbain s'amplifie avec la publication en 2002 du livre de Richard Florida sur la « classe créative ». Ce théoricien américain affirme que les villes caractérisées par une diversité culturelle et un climat de tolérance attirent les individus créatifs, les talents, à l'origine des innovations technologiques et de la croissance économique de ces villes.

Le succès politique et médiatique de ces thèses est d'autant plus grand que ces auteurs proposent de nouveaux modèles de développement. L'innovation n'est plus le domaine réservé des pays anciennement industrialisés et les technologies de l'Internet accélèrent la circulation des connaissances scientifiques et technologiques. Les régions et les villes sont désormais en concurrence directe à une échelle internationale et doivent réinventer sans cesse de nouvelles spécificités productives, sources de croissance et de création d'emplois. Les initiatives institutionnelles et politiques se multiplient, du « réseau des villes créatives » initié par l'UNESCO à la *Graduate School for Creative Cities d'Osaka au Japon,* du site Internet des villes créatives du Canada à l'opération de l'Union européenne intitulée « 2009, année européenne de la créativité et de l'innovation ». Des programmes européens de recherche ont été lancés bien avant cette initiative, comme le projet *Technology, talent and tolerance in European Cities : a comparative analysis*, qui établit une distribution spatiale de la classe créative dans huit pays européens et s'interroge sur son rôle dans la croissance économique (Boschma & Fritsch, 2007). Le projet ACRE - Accomodating Creative Knowledge – Competitiveness of European Metropolitan Regions within the Enlarged Union - étudie quant à lui la mobilité des créatifs en Europe. Les recherches se multiplient sur le rôle de la créativité dans la création d'emplois et de valeur ajoutée, sur la définition et le rôle de la « classe créative », sur l'émergence et le fonctionnement de milieux urbains créatifs, sur les industries créatives et leur délimitation par rapport au champ des industries culturelles, sur les liens avec la « nouvelle économie » de l'Internet et « l'économie de la connaissance ». On peut avoir un aperçu de la diversité des approches sur le site Internet *Research Network on Creative Industries and the Region* de la Regional Studies Association, qui a proposé en 2008 et 2009 trois séminaires internationaux sur ces questions.

Les industries créatives : un nouveau secteur d'activités ?

Nombre d'études internationales assimilent l'économie créative à l'émergence d'un nouveau type d'activités, celui des industries créatives. Ce faisant, elles s'alignent sur une définition proposée dès 1997 par le gouvernement travailliste britannique. Celui-ci s'intéresse à deux aspects de l'économie créative en émergence : le rôle moteur des industries créatives dans la compétitivité internationale de l'économie britannique, et la régénération urbaine des espaces industriels par le développement de clusters créatifs et culturels, à l'image de ce qui s'amorce dans les villes du nord de l'Angleterre ou à Londres. Le DCMS (*Department for Culture, Media and Sport*) définit les industries créatives comme « celles qui ont pour ressource la créativité individuelle, les compétences et le talent et qui ont un potentiel de création de richesse et d'emplois grâce à la création et l'exploitation de la propriété intellectuelle » (Higgs et al., 2008, p. 3). Le recensement britannique de 2001 y distingue deux sous-groupes d'activités, d'une part les industries qui produisent des biens culturels, comme les films, l'art et les jeux interactifs, et d'autre part des services aux entreprises comme l'architecture, la publicité, le marketing, le design, le développement de logiciels et de sites Internet. Les industries créatives comprennent aussi la radio et les productions télévisuelles, la presse et l'édition, ainsi que la joaillerie et les musées. Comme on le voit, le panel est large et regroupe ce qu'on classait auparavant comme industries culturelles ou comme services avancés aux entreprises.

Le reformatage de la nomenclature permet de mettre en valeur les activités les plus profitables à l'économie britannique des années 1990, pour construire une nouvelle politique économique et urbaine (Christophers, 2007). Les travaux les plus récents, sur sollicitation politique, cherchent à comprendre la distribution spatiale des industries créatives, à l'échelle de la Grande-Bretagne (De Propris et al., 2009), démarche imitée à l'échelle régionale par l'Irlande voisine (Western Development Commission, 2008). La classification du DCMS a été adoptée par nombre d'études commandées par les institutions de différents pays, et même en Chine (Xiaodong & Hanlu, 2009), tout comme les approches de C. Landry et R. Florida ont été plébiscitées par nombre de territoires en Europe et dans le monde. Les industries créatives constitueraient ainsi une nouvelle catégorie d'activités, noyées jusqu'à présent dans des nomenclatures qui peinent à suivre l'évolution de l'économie. Cependant, une autre difficulté se pose pour définir l'économie créative : sa grande parenté avec l'économie culturelle.

De l'économie culturelle à l'économie créative ?

En première approche, on pourrait distinguer les deux champs d'étude par le type d'activités qu'elles analysent. L'économie de la culture (Scott, 2000 ; Throsby, 2001 ; Greffe, 2006 ; Hesmondhalgh, 2007 ; Costa, 2008) porte sur la valorisation économique des pratiques artistiques et du patrimoine, dans leur relation aux équipements culturels et aux politiques culturelles.
L'économie de la créativité (Hall, 2000 ; Florida, 2002 ; Chantelot, 2006 ; Cooke & Lazzeretti, 2008) étudie le développement des industries créatives comme le multimédia (Braczyk, 2005), le cinéma, la musique, les industries du luxe (Scott, 2000 ; Barrère, 2006 ; Hesmondhalgh, 2007) ou encore la publicité, le design, la mode, l'architecture. En fait, comme on le devine à la lecture de la liste qui précède, il n'est pas aisé de départager activités culturelles et activités créatives, et les typologies varient selon les auteurs : industries culturelles traditionnelles contre industries créatives liées aux TIC (Cooke, 2008) ; cœur des industries créatives contre domaines périphériques (Barrère, 2006) ; typologie en fonction du degré de créativité (Throsby, 2001) ; reproductibilité / non reproductibilité (Greffe, 2006).

Un des points de convergence de l'économie culturelle et de l'économie créative est dans le dépassement récent de la dialectique conflictuelle entre création artistique et valorisation économique de cette créativité. Longtemps considérés comme des postes déficitaires, le patrimoine et la création artistique deviennent des produits culturels, produits de niche à haute valeur ajoutée pour certains, produits industriels à faibles prix pour d'autres, grâce à la duplication numérique. L'économie de la culture passe ainsi, pour X. Greffe (2006), d'une lecture artistique, défendant l'originalité de la créativité artistique sur la créativité économique, à une lecture industrielle qui s'intéresse à la transformation des arts en produits multiples dans un marché fortement marqué par le risque et l'incertitude. J. Hartley (2008) définit quant à lui l'économie créative dans une approche évolutionniste de l'économie de la culture et des médias (tableau 1). Ainsi, les industries créatives version DCMS constituent la première phase de cette économie créative émergente. Plus récemment, ces activités où la créativité est le fait des producteurs, des créatifs professionnels, sont confrontées à la créativité des consommateurs, et le principe de propriété intellectuelle sur lequel repose la valeur ajoutée des industries créatives est remis en cause par les réseaux sociaux et numériques. Les industries créatives ne seraient qu'une étape vers une économie créative où la créativité relancerait la dynamique de l'ensemble de l'économie, tout comme Internet a révolutionné les activités traditionnelles.

Tableau 1 - **Évolution de l'économie créative d'après John Hartley (2008)**

Phases	Forme	Valeur ajoutée	Politiques
Modernité	Art	Talent individuel	Subventions
Industrialisation	Distribution Media Industries culturelles	Économies d'échelle	Concurrence
Industries créatives 1 (1995-2005)	Industrie	Propriété intellectuelle	Clusters Quartiers culturels
Industries créatives 2 (aujourd'hui)	De l'industrie au marché	Propriété intellectuelle	Économie de la connaissance Services créatifs
Industries créatives 3 (émergent)	Co-production Social-network market	Consom-acteur Réseaux sociaux et numériques	Numérique Capital humain

Des industries créatives à l'économie créative

L'économie créative s'inscrit ainsi dans le mouvement de transformation du capitalisme où le savoir (Viginier, 2002 ; Bouchez, 2004), la connaissance (Foray, 2000 ; Querrien, 2006 ; Asheim et al., 2005), l'imagination humaine (Peters, 1994) sont source de création de valeur par les innovations qu'elles engendrent. Mais si les connaissances et la rationalité scientifique permettent l'amélioration de la performance des processus de production et la mise sur le marché de nouveaux produits et services, l'économie créative propose un au-delà de l'innovation technologique ou organisationnelle, un au-delà des processus purement cognitifs de création de connaissances nouvelles. Selon C. Barrère (2006), l'intérêt pour la créativité dans sa dimension artistique répond au besoin de trouver une nouvelle grille d'interprétation des mutations actuelles : l'innovation par accumulation des connaissances trouve ses limites ; la créativité apporte aux innovations une dimension esthétique et sémiotique qui renouvelle le désir de consommation. C'est un moyen pour les activités traditionnelles de trouver une parade à la concurrence par les coûts, en introduisant une dose de créativité artistique dans les produits et les services, la mode et le design étant représentatifs de cette tendance.

Innovation et créativité artistique se rejoignent pour donner un nouveau souffle au capitalisme (Caves, 2002). Comment faire de l'argent avec de l'émotion, du désir, du besoin de reconnaissance et autres valeurs qui font l'être humain, telle est la nouvelle frontière de l'économie créative. Mais d'aucuns dénoncent les abus de ce nouveau cycle capitaliste, d'une économie de l'éphémère et de la mode qui organise l'obsolescence des produits (Lipovetsky, 1987), d'une économie libidinale qui enferme les individus dans une dépendance pulsionnelle (Stiegler, 2006). Dans ces approches du rôle de la créativité dans l'évolution de l'économie capitaliste, la frontière entre la créativité dans sa dimension artistique et la créativité comme moteur d'innovations dans les entreprises est poreuse. Les techniques de management de la créativité empruntent d'ailleurs aux techniques de créativité artistique pour permettre aux compétences créatives des individus de se libérer des cadres hiérarchiques et des routines qui font obstacle aux innovations. Une semblable confusion des niveaux d'analyse se retrouve dans les débats qui portent sur les relations entre économie créative et développement des territoires.

Économie créative et développement des territoires : enjeux et limites

L'intérêt politique porté à l'économie créative explique le développement d'un autre champ de recherche, celui de la géographie des industries créatives et de la dimension territoriale des systèmes productifs liés à ces activités. Les débats sont déjà intenses mais la diversité des entrées reflète celle des orientations de recherche en économie : entrée par la firme, par les facteurs de localisation, par l'emploi et le capital humain, par les filières d'activités, les milieux innovateurs et les clusters. Si la littérature est encore en plein développement, on peut d'ores et déjà classer les travaux selon un tableau à double entrée (tableau 2).

Tableau 2 **- Typologie des études sur l'économie créative et le développement**

	Distribution spatiale à différentes échelles	Rôle dans la croissance économique et la régénération urbaine spontanée	Politiques sectorielles et territoriales
Capital humain	Distribution (inégale) des emplois créatifs	Classe créative, attractivité et croissance urbaine	Politiques culturelles, de qualité de vie et d'attractivité
Industries créatives	Géographie par types d'activités créatives	Attractivité et revalorisation foncière des quartiers culturels et créatifs	Stratégies de construction de filières Soutien à la régénération urbaine (« villes créatives »)
Clusters culturels et créatifs	Repérage statistique et cartographique des clusters	Organisation et fonctionnement des clusters créatifs	Aide à la structuration des clusters, en particulier dans les anciens quartiers industriels

Classe créative et développement urbain

La théorie de la classe créative de Richard Florida (2002) repose sur l'idée qu'une catégorie spécifique d'individus, les talents, sélectionne les villes où elle souhaite vivre. Ces créatifs sont attirés par les lieux offrant une masse critique de population et d'animations artistiques, une diversité culturelle, voire ethnologique, qui favorise l'émergence de nouvelles idées par fertilisation croisée. Les entreprises seraient à leur tour attirées par ces concentrations de talents. Les travaux de Richard Florida s'inscrivent dans une approche quantitative de l'économie créative. Une batterie d'indicateurs statistiques teste les corrélations entre importance de la « classe créative » et dynamique économique des villes. Des programmes de recherche internationaux ont été lancés pour tester la validité de la thèse de Florida et en particulier sa transposition en Europe (Programme ACRE ; Boschma & Fritsch, 2007 ; Fritsch, 2007 ; Chantelot, 2006 et 2009 ; Helbrecht & Meister, 2007). De nombreuses critiques ont été émises sur la méthodologie utilisée comme sur la notion de classe créative (Levine, 2004 ; Peck, 2005 ; Vivant, 2006), ou de manière plus qualitative sur le rôle des artistes (Markusen, 2006) ou de l'environnement dans l'attractivité urbaine (Helbrecht, 2004 ; Liefooghe, 2010).

La conséquence politique de la thèse de R. Florida est que les institutions publiques doivent désormais privilégier les mesures améliorant la qualité de vie et la vie culturelle plutôt que les politiques visant l'économie des entreprises. Des critiques portent donc aussi sur l'engouement des villes de toutes catégories pour la théorie de la classe créative, qui implique une forte concurrence pour attirer cette population créative, en croissance certes mais qui reste une ressource rare. Les travaux européens testant la théorie de R. Florida montrent en effet que les villes placées en haut de la hiérarchie urbaine ont plus de chance de développer une économie créative. Comme l'indiquent Bontje et Musterd (2009), les métropoles qui ont une longue tradition dans le commerce, la culture et les services aux entreprises

s'adaptent plus rapidement à l'économie créative émergente que les régions urbaines qui doivent reconstruire leur tissu économique après une longue période de spécialisation dans la production de masse. La dynamique qu'on observe à New York ou Los Angeles sert de modèle, explicite ou implicite, aux politiques de villes qui n'ont pas la même masse critique en termes de tissu économique, de marché du travail et d'animation culturelle. Mais quoi de commun entre une métropole multimillionnaire et des villes plus modestes qui cherchent à devenir des « villes créatives » ? Une forme de développement inégal lié à l'économie créative est donc repérable à l'échelle de la hiérarchie urbaine (Hamdouch & D'Ovidio, 2009).

Les industries créatives : localisation et organisation productive territorialisée

Le second grand domaine de recherche sur l'économie créative porte sur la distribution spatiale des industries créatives à différentes échelles (Higgs, Cunningham & Bakhshi, 2008 ; De Propris, Chapain et al., 2009). Nombre de travaux, notamment britanniques, portent sur la distribution régionale de ces activités, ou de certaines d'entre elles, comme l'architecture, la mode ou le design. L'objectif est de repérer les formes de concentration et d'émettre des hypothèses quant aux disparités observées. Dès lors, se pose la question des facteurs de localisation et le rôle potentiellement dominant des *soft factors* (cadre de vie, ambiance culturelle, etc.), débat qui rejoint les discussions sur les préférences spatiales de la classe créative. D'autres chercheurs avancent plutôt le rôle des économies d'agglomération dans ces concentrations observées d'industries créatives. D'autres travaux portent enfin sur les districts culturels et autres clusters créatifs, et sur leur dimension territoriale et organisationnelle (Asheim, Coenen & Vang, 2007 ; Costa, 2008 ; Cooke & Lazzeretti, 2008 ; Bagwell, 2008 ; Wenting & Frenken, 2008). Toutes choses égales par ailleurs, ces approches renvoient aux travaux sur les milieux innovateurs, la territorialisation des activités et le rôle des réseaux sociaux dans la valorisation des ressources créatives d'un territoire. L'étude des clusters créatifs montre d'ailleurs que l'économie créative, bien que récente, ne constitue pas en soi une solution pour le développement économique des territoires. Bagwell, Foord et Evans (2009) signalent par exemple la difficulté des clusters créatifs de la City Fringe de Londres à se structurer et à rester compétitifs, en dépit de politiques publiques dédiées, dans un pays où l'économie créative est pourtant considérée au plus haut niveau politique comme un moteur de développement économique et territorial.

Villes créatives et quartiers créatifs

L'approche en termes de clusters créatifs mène le plus souvent aux études sur la relation entre le développement des industries créatives et le développement urbain (Hall, 2000 ; Scott, 2000 ; Gertler, 2004 ; Hutton, 2006). Cette entrée met l'accent sur la régénération des quartiers et des villes désindustrialisés (Koutsky, 2008 ; Andres, 2009 ; Liefooghe, 2009), en particulier sous l'angle de la « ville créative » (Landry, 1990, 2000 ; Landry & Bianchini, 1995 ; Krueger & Buckingham, 2009 ; Chapain, Collinge et al., 2009 ; Hamdouch & D'Ovidio, 2009). Cette notion de ville créative varie d'ailleurs elle-même selon les auteurs, selon qu'ils privilégient l'étude des industries créatives, celle de la revalorisation d'un quartier par les artistes ou les équipements culturels, ou, comme le dit aussi C. Landry, une approche créative, c'est-à-dire nouvelle et inventive, des politiques de régénération urbaine.

Le cas de la régénération de quartiers industriels en déclin par des activités culturelles et créatives a été bien décrit (Landry, 2006 ; Ambrosino, 2008 ; Gornostaeva, 2009). Dans une première phase, des collectifs d'artistes s'installent dans ces quartiers dévalorisés, disposant de surfaces importantes à des prix très modérés. La vie artistique qui s'y développe attire des galeries d'art mais surtout des bars, des restaurants et des boutiques. L'attractivité retrouvée de ces espaces industriels jadis délaissés entraîne spéculation foncière et gentrification, au détriment des artistes qui doivent quitter le quartier faute de pouvoir assumer la revalorisation foncière et immobilière liée à la régénération, spontanée ou encouragée par des politiques publiques. Dans une deuxième phase, des sociétés de multimédia et autres industries créatives, plus rémunératrices et en recherche d'une ambiance artistique, s'installent dans le quartier. La cohabitation entre activités diurnes (les industries créatives) et nocturnes (bars,

restaurants, boîtes de nuit) n'est pas sans créer des conflits d'usage. La mutation de quartiers industriels par des collectifs d'artistes n'est donc pas non plus exempte de contradictions. Aussi Charles Landry a-t-il fait évoluer son approche de la ville créative vers une gouvernance plus respectueuse de la diversité socio-ethnique et de l'environnement.

La créativité : une ressource économiquement et spatialement sélective ?

À peine sorti des limbes, le modèle de développement par l'économie créative montre donc ses limites. Mais il s'agit en fait d'interroger la notion même de créativité, ou plutôt les conceptions qui s'y rattachent. Si jusqu'à présent l'approche économique nous a poussés à distinguer la créativité comme source d'innovations entrepreneuriales et la créativité dans sa dimension artistique et sémiotique, il faut également souligner une autre distinction, selon qu'on considère la créativité comme l'apanage d'individus d'exception ou bien comme une aptitude propre à tout être humain. Deux visions de la créativité porteuses de stratégies économiques et de politiques territoriales susceptibles d'engendrer des inégalités sociales ou spatiales.

Liberté créative de l'individu versus capital humain au service de l'économie

Il existe une contradiction entre la nature de la créativité et l'exploitation de cette aptitude au profit de l'économie. D'un côté, les psychologues et consultants en management s'accordent sur le fait que la créativité, artistique ou non, est en grande partie le résultat du furetage, de l'expérimentation, de l'exploitation de l'imprévu, toutes caractéristiques que l'organisation hiérarchique des entreprises ne favorise pas (De Branbandère & Mikolajczak, 1994 ; Robinson & Stern, 2000 ; Csikszentmihalyi, 2006). De l'autre, l'histoire de l'art, des sciences et des techniques conforte souvent les stéréotypes de l'inventeur solitaire, du génie torturé ou de l'excentrique, qui parviennent à exprimer leur inventivité en transgressant les normes sociales ou les frontières entre des disciplines tout aussi normées. Ces stéréotypes font parti de l'inconscient collectif quand on parle des talents, pour reprendre le terme de R. Florida, ou des créatifs (grands couturiers, artistes et designers réputés, par exemple). Si certains créatifs brillent par leur génie spécifique, voire leur excentricité, beaucoup des talents décrits par R. Florida sont cependant éloignés de ce modèle. Beaucoup sont des talents ordinaires, pourrait- on dire, anonymes « travailleurs du savoir » (Bouchez, 2004) pas toujours très bien payés.
Le modèle idéal de l'économie créative comme valorisation d'un talent individuel est mis à mal par la numérisation des données et l'industrialisation consécutive de la production culturelle. Le revers de l'économie créative ne serait-il pas une prolétarisation accélérée de la main- d'œuvre qualifiée, « petites mains » de quelques créatifs particulièrement talentueux ? Mais la valeur économique attribuée aux œuvres intellectuelles et artistiques est aussi contestée par l'économie du gratuit (Bomsel, 2007), c'est-à-dire l'habitude prise par les internautes de se procurer gratuitement des biens culturels et créatifs, de la musique par exemple : l'autre pilier de l'économie créative actuelle, la protection de la production par la propriété intellectuelle, est attaqué. Sans compter l'intervention croissante des consommateurs dans le processus de production via des communautés de connaissance (Ettighoffer, 2008), dans une nouvelle phase de l'économie créative qui valorise cette fois la créativité de tout un chacun par rapport à celle des experts créatifs (Hartley, 2008).

L'artiste et la création artistique comme idéal-type de l'économie

L'artiste « en travailleur », idéal-type proposé par le sociologue P. M. Menger (2002) n'est plus cet errant solitaire et pauvre d'un imaginaire collectif, certes issu d'une réalité historique. L'artiste devient un entrepreneur, ou vend ses compétences créatives aux entreprises. Il devient même l'archétype de ce travailleur flexible, motivé et inventif que recherchent les entreprises innovantes et les industries dites créatives. Situation paradoxale qui fait de l'individu créatif non-conformiste le dernier rempart des entreprises et des territoires contre la mondialisation, au risque de l'instrumentalisation de la créativité individuelle, si possible à moindre coût. L'artiste « en travailleur » n'est pas pour autant beaucoup mieux loti que l'artiste bohême de la période romantique. Les plus talentueux donc les plus recherchés

auront certes des émoluments proportionnels à leur rareté. Les autres, en « petites mains » tout aussi nécessaires mais plus interchangeables, constitueront la cohorte des « travailleurs du savoir ».
La créativité est une question de degrés, qui se mesurent à l'aune de normes sociétales et culturelles historiquement, voire spatialement, situées. Par ailleurs, le fonctionnement des industries créatives en mode projet est devenu un archétype d'organisation de toute entreprise qui veut innover. La créativité se déploie ainsi au sein d'équipes de créatifs, liés pour un temps limité sur un objectif précis d'innovation, des créatifs, si possible talentueux, que les entreprises cherchent à repérer pour étoffer les rangs des services stratégiques pour leur développement. Cette conception restrictive de la créativité ne peut que pousser les entreprises et les territoires dans une concurrence acharnée pour capter les individus constituant la dite classe créative.

La créativité comme ressource économique : stock ou processus ?

L'approche de la créativité en tant que ressource économique comporte le risque de la considérer comme un stock d'individus, plus ou moins nombreux, dont il s'agirait de gérer le besoin de liberté et d'imagination dans le cadre de l'entreprise, ou qu'il s'agirait d'attirer dans une ville ou une autre par des politiques publiques ou du marketing territorial. Cette vision individualiste, presque atomiste, de la créativité est contredite par des travaux de socio- psychologie. M. L. Rouquette (1973) définit ainsi la créativité comme un attribut social : est créatif ce qui est déclaré comme tel à un moment donné, qui acquiert une légitimité au sein du groupe social ou épistémique auquel appartient ou veut appartenir le créateur. La créativité n'est pas un attribut de la personne mais un processus qui a une valeur relative dans l'espace et le temps, ce qui en détermine aussi la valeur économique. Reconnaître l'aptitude créative de tout individu, des internautes lambda par exemple, revient à dire que toutes les créations se valent (légitimité) et donc qu'elles n'ont pas de valeur économique, ce que confirme le développement de l'économie du gratuit.

M. Csikszentmihalyi (2006) propose une approche systémique de la créativité et conclut que « la créativité ne naît pas d'un cerveau mais d'une interaction entre des idées et un contexte socioculturel ». Son approche, construite à partir de l'étude d'individus d'exception qui ont réussi à transformer de manière significative un champ disciplinaire ou un domaine de l'action politique et sociale, a aussi une dimension géographique. Si l'individu créatif peut a priori vivre dans divers types d'environnement, la reconnaissance de sa créativité et sa capacité à marquer de son empreinte un domaine de connaissance ou d'action requiert une concordance spatiale et temporelle. Seuls les lieux qui permettent à ces individus de consacrer tout leur temps à la sphère symbolique sans avoir à se préoccuper de leur survie matérielle deviennent des centres de créativité. Tel fut le cas de la Grèce au Ve siècle avant notre ère, de Florence au 15e siècle et de Paris au 19e siècle, où banquiers, commerçants et hommes d'église ne se contentaient pas d'être des mécènes pour les artistes mais sélectionnaient les œuvres, ce qui a poussé ces artistes à se surpasser. Un territoire deviendrait ainsi créatif en permettant aux créatifs potentiels d'exprimer leurs talents, et de pouvoir en vivre, dans une atmosphère d'émulation compétitive. L'approche de M. Csikszentmihalyi rejoint celle de J. Jacobs (1969), reprise et développée par R. Florida, selon laquelle les villes sont des creusets d'innovation quand leur diversité culturelle et économique permet aux individus d'explorer de nouvelles combinaisons d'idées, acceptées ou non par le milieu local. Mais le développement des réseaux sociaux sur Internet est un autre vecteur de légitimation de la créativité des individus : a priori, cette évolution de l'économie créative valorise le concept de réseau aux dépens de celui de territoire, bien qu'il ne faille pas opposer systématiquement les deux entrées, comme le montrent les travaux sur la dimension multi-scalaire des clusters. Si l'histoire et la géographie permettent de décrypter le fonctionnement systémique de la créativité, de la tolérance sociale et politique, de la croissance économique et de l'attractivité urbaine, voire de la puissance économique et politique, il n'est pas si facile de déterminer ce qui du capital humain, des qualités urbaines, de la dynamique économique ou de la volonté politique est premier comme facteur d'émergence d'un système (territorial) créatif. Or l'intérêt porté aujourd'hui à la créativité par les entreprises et les territoires, à différentes échelles, pose la question des conditions à mettre en place, en priorité, pour booster l'imagination au service de l'innovation.

Conclusion

L'économie créative est un domaine de recherche qui émerge de l'économie culturelle ou dans le prolongement de l'économie de la connaissance. Sous l'impulsion des politiques qui cherchent de nouveaux moteurs de développement de l'économie et des territoires, l'économie créative se réduit parfois à l'étude des industries créatives et de leurs relations avec les territoires à différentes échelles. Les recherches sur ce domaine sont loin d'être terminées, surtout si on se penche sur la dynamique économique et spatiale de certaines de ces industries créatives. Cependant, cette entrée est d'autant plus restrictive qu'une évolution probable de l'économie créative va vers la prise en compte, par l'ensemble de l'économie, du rôle de la créativité au sens artistique et sémiotique dans la création de nouveaux produits et services. Plus encore, l'économie numérique et l'économie du gratuit montrent que la place croissante prise par le consommateur dans la production, voire dans le court-circuitage des chaînes de valeur traditionnelles, remet d'ores et déjà en cause le pilier sur lequel s'appuie aujourd'hui le développement des industries créatives, c'est-à-dire les droits de propriété intellectuelle. Enfin, il est possible de repérer les limites de l'économie créative en tant qu'outil de développement, même si l'engouement des institutions publiques pour la théorie de R. Florida et l'approche de C. Landry ne se dément pas.

Les artistes et les créatifs, mais surtout les plus talentueux, sont une ressource rare que se disputent les villes. Pour les attirer, les territoires misent sur la qualité de vie, les politiques culturelles, la régénération urbaine et soutiennent le développement des industries créatives. Mais ces territoires ne risquent-ils pas ainsi de favoriser une nouvelle élite, la classe créative, sur laquelle repose l'espérance de développement, au risque d'aggraver les inégalités socio- spatiales ? La créativité n'est donc pas en soi une ressource pour le développement des territoires, si elle n'est pas activée au sein de réseaux sociaux et professionnels, eux-mêmes prêts à se déployer à différentes échelles. Les perspectives de recherche dans ces derniers domaines sont encore largement ouvertes.

DOCUMENT 3

Comment des start-ups naissent au fablab de Toulouse?

Publié le 6 juillet 2015 par Quentin Chevrier - *Toulouse, envoyé spécial*

La face cachée de l'innovation vit dans les labs. Des start-ups gravitent autour du plus ancien fablab de France, Artilect, à Toulouse. Quatre d'entre elles expliquent l'intérêt du fablab pour leur développement.

Les makers explorent, prototypent, et parfois innovent. De temps en temps, il leur arrive de se rassembler et de créer une start-up. Quelques-uns vont même jusqu'à graver leurs cartes de visite à la découpe laser… Si certains labs jouent la carte de l'innovation, en se faisant incubateur ou espace de coworking, comme La Machinerie d'Amiens ou l'Openlab du CRI à Paris, le plus ancien fablab français, Artilect, à Toulouse, qui compte plusieurs centaines de membres, héberge quelques jeunes pousses depuis quelques années. Makery en a rencontré quatre.

Naïo Technologies

La start-up de robot agricole Naïo est la plus connue des jeunes pousses d'Artilect. L'idée est partie de quatre amis en 2010. Nicolas Lassabe, fondateur du fablab de Toulouse, qui les connaît, les invite à présenter le projet à la traditionnelle soirée du lundi. « L'accueil a été excellent, explique Gaëtan Severac, cofondateur de Naïo Technologies. Aucun jugement n'a été porté sur notre idée, nous n'avons reçu que des conseils et des encouragements. D'ailleurs, la communauté est un atout supérieur aux machines chez Artilect. » Pourtant, le lab toulousain est plutôt bien équipé.

L'équipe passe un an à prototyper au fablab. « On bénéficiait régulièrement de coups de mains d'autres membres du fablab. Par plaisir, par solidarité entre start-ups. Beaucoup d'anciens membres et de start-ups nées au lab reviennent de temps en temps, surtout aux soirées du lundi. »

« Clairement, un fablab a un niveau d'interaction sociale bien supérieur à celui d'un incubateur. » Gaëtan Severac, Naïo Technologies

Chez Artilect, ce sont les personnes qui sont membres du fablab, et non les projets. Du coup, les fondateurs d'une start-up en pleine levée de fonds comme Naïo paient la même cotisation que n'importe quel bricodeur curieux : 30 euros par an. Bon point pour l'ambiance générale, il n'y a pas de hiérarchie entre les membres du lab.

Naïo a grandi. En 2011, l'entreprise est créée en partenariat avec une école d'ingénieurs. Après un financement participatif réussi en 2012, un premier prototype fonctionnel sort en 2013, grâce à la participation d'un industriel local. Début 2014, le premier robot est vendu.

Aujourd'hui, Naïo Technologies dispose de son atelier, fait travailler 10 personnes et a déjà vendu 20 robots.

Du proto (1er plan) au robot final (au fond), les étapes de développement d'OZ, robot désherbant.

Drawall : le robot dessinateur pour le fun qui devient pro et reste fun

L'idée de Drawall, le robot de dessin mural, n'est pas née au fablab Toulouse. Nathanaël Jourdane commence chez lui, pour le fun, avec un peu d'Arduino, des moteurs. Le projet prenant forme, il se lance dans la fabrication complète d'un robot dessinateur. Toujours pour le fun. Il passe des heures sur des forums et tutos Arduino et découvre il y a 3 ans, au détour d'un énième tuto, les fablabs. En fouillant un peu, il découvre l'existence du fablab Toulouse. Comme beaucoup, pour sa première fois, il passe la porte du fablab pour une des soirées du lundi soir.

Lors de ces soirées, les membres du lab sont invités à présenter l'avancée de leurs projets, à répondre aux questions mais aussi à en poser, à recueillir des conseils. N'importe qui, qu'il soit membre ou pas de la communauté, peut monter sur l'estrade et prendre la parole. Une sorte de bœuf pour maker terriblement efficace pour recruter de nouveaux membres et encourager des projets de start-up. Ce qu'a fait Nathanaël Jourdane.

«J'ai reçu beaucoup de soutien, d'encouragement, de conseils, d'aide technique à ces soirées du lundi.»
Nathanaël Jourdane, Drawall

Il poursuit donc le projet au fablab, toujours pour le fun. Il y rencontre des startups, et l'envie de faire du robot une activité professionnelle commence à germer. Un autre start-uper du fablab l'invite au start-up week-end toulousain, « pour voir ». « Le projet a été super bien accueilli. Une équipe motivée s'est formée pendant ce week-end, et certains étaient partants pour poursuivre, une fois l'événement terminé. » Toujours pour le fun, mais comme des pros. Aujourd'hui, Drawall, robot 100% made in fablab, imprimé en 3D et découpé au laser, se loue pour des événements, des ateliers, des services de décoration.

Alg and you, la R&D et les bons conseils au lab

Alg and You, start-up lancée en 2014, crée les outils nécessaires à la culture de spiruline, à savoir, la phytotière (dispositif de culture à domicile) et le photobioréacteur (système de récolte et de monitoring de la culture). « L'un des fondateurs est proche du fablab depuis longtemps. Il nous a fait découvrir le lieu et on y a installé dès le début notre partie recherche et développement », explique Cyril Durand, l'un des co-fondateurs.

Depuis, la start-up a gagné le concours mondial de l'innovation (catégorie protéines végétales), installe des phytotières chez l'industriel agro-alimentaire Poult, et… passe des commandes de prototypage à Artilect Lab, la branche commerciale du fablab Toulouse. Cyril Durand ne cache pas qu'il aimerait passer plus de temps dans le lab. « C'est un super écosystème, très riche. »

«Un café avec Naïo vaut 10 sessions avec un avocat ou un conseiller, et c'est bien moins cher !» Cyril Durand, Alg and you

Cyril Durand explique comment fonctionne la phytotière.

Cyril Loucif-Durouge est venu pour la première fois au fablab de Toulouse pour imprimer en 3D des pièces plastiques pour son père. « Il vaut mieux avoir une première petite idée à réaliser quand on vient dans un lab. » Au fablab, il programme son Arduino pour monter un réveil-pistolet à eau. Devant la courbe d'apprentissage de l'Arduino, assez « ingrate » au début, il a envie d'un système plus simple, plus modulaire.

C'est ainsi que Thingz est né : ses briques électroniques se branchent sur une base, elles sont reconnues et le programme réveil ou thermomètre se lance. Au fablab, Cyril Loucif- Durouge réalise des tests de design de ses packagings à la découpe laser, et développe finalement le projet dans l'incubateur du Camping de Toulouse. « Je reviens encore régulièrement au fablab le lundi soir pour présenter mes dernières avancées et avoir des retours de potentiels usagers. » Plusieurs centaines de kits ont déjà été vendus.

(…)

HAL
archives-ouvertes.fr

Créer les nouveaux lieux de la ville créative : Les espaces de coworking

HAL Id: halshs-00978718

https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00978718

Submitted on 14 Apr 2014

Bruno MORISET
Maître de conférence, UMR 5600 EVS – CRGA - Université Jean Moulin – Lyon 3
bruno.moriset@univ-lyon3.fr

Une première version de ce travail a été présentée lors de la conférence *2nd Geography of Innovation*, Université d'Utrecht, 23-25 janvier 2014.

Mots clés économie numérique, aménagement urbain, ville créative, tiers-lieu, coworking

Résumé
Au milieu des années 2000 a émergé une forme nouvelle de lieux dédiés à l'accueil des entrepreneurs individuels ou créateurs de startups : les espaces de coworking (EC). Le phénomène est devenu mondial : en février 2013, on recensait 2500 espaces dans 60 pays. La croissance des EC est le fruit d'une économie numérique de la créativité, bénéficiant d'une ubiquité informationnelle, dans laquelle les "créatifs" sont à la recherche de tiers-lieux favorisant les liens de sociabilité et de collaboration. Les EC prennent part à un processus de production de la "ville créative", concept en vogue dérivé en partie des travaux de R. Florida sur la "classe créative". Dans une première phase, les EC étaient loués ou rénovés par des collectifs associatifs de création. Depuis quelques années, collectivités publiques et grandes entreprises se sont emparées du phénomène. L'EC est devenu un élément standard de structures plus complexes de type "incubateurs de startups", qui visent à créer des écosystèmes locaux favorables à la création et à l'innovation. Ces structures sont incorporées à des opérations plus vaste de reconversion économique et réhabilitation de quartiers industriels ou commerciaux anciens. La conclusion interroge la soutenabilité du mouvement à long-terme. Le coworking sera-t-il porté beaucoup plus loin par une révolution de fond du marché et de la géographie des lieux de travail, ou restera-t-il confiné dans une niche avec un rôle de vitrine dans les opérations de rénovation urbaine ?

Introduction

La croissance spectaculaire des espaces de coworking (EC) depuis 2005 est restée largement ignorée par la littérature académique. En février 2013, le magazine *Deskwanted* rapportait l'existence de plus de 2500 EC dans le monde, dispersés dans 80 pays. Le site du programme "Creative Wallonia", développé par la région de Wallonie en propose une définition satisfaisante.

> Un espace de coworking, est un lieu d'accueil, de travail et de rencontre pour les entrepreneurs, porteurs de projets et d'idées qui souhaitent les partager avec d'autres ; ce lieu est dynamisé par une animation spécifique qui vise à créer les liens à l'intérieur de la communauté des coworkers et en dehors (...) l'agencement des pièces et du mobilier ainsi que le modèle d'animation sont étudiés en vue de favoriser la rencontre, la collaboration, la discussion et le travail, pour la mise en œuvre des projets. Il y règne une ambiance décontractée et informelle qui libère la créativité et favorise le développement des projets. (...) Le coworking permet de favoriser la collaboration entre acteurs (...) et ainsi de créer un écosystème innovant au niveau local. www.creativewallonia.be (accès le 30/01/2014)

Cet article est exploratoire, et peut être regardé comme une plateforme de discussion. La première partie situe le coworking dans un contexte économique et technologique plus large, l'émergence d'une économie numérique et "créative" (Florida 2002 ; Malecki et Moriset 2008) qui bouleverse la production et la consommation d'espaces de travail et de production. L'émergence de la classe créative s'est matérialisée par la croissance des "entrepreneurs de startups" et autres *freelancers*, qui sont parfois à la recherche de tiers-lieux pour rompre l'isolement et créer du lien social et professionnel. Bien qu'ils se soient répandus dans un grand nombre de pays et de villes, les espaces de coworking (EC) sont particulièrement concentrés dans les villes considérées comme créatives. Nous montrons que les EC sont devenus courants dans les opérations de rénovation urbaine et de production de la "ville créative", avec le soutien financier fréquent des grandes entreprises. Toutefois, il convient de s'interroger sur la pérennité du phénomène et la solidité du modèle économique.

Sommaire

1. La croissance de la classe créative dans une économie numérisée

1.1. Le concept de "classe créative"

1.2. L'émergence des télétravailleurs indépendants ou "lones eagles" urbains

1.3. La numérisation de la classe créative et ses effets sur la localisation et l'organisation des firmes

2. Les espaces de coworking comme "tiers-lieux"

2.1. Un concept déjà ancien

2.2. Les valeurs revendiquées par le coworking

2.3. Des "accélérateurs de sérendipité", ou la primauté des relations de face à face dans une économie numérique

3. La croissance du coworking : un phénomène mondial

3.1. Une "envolée" récente

3.2. Un phénomène global, quoique soumis à la concentration dans les "villes créatives"

4. Les espaces de coworking et la production de la "ville créative"

4.1. EC et développement des districts créatifs

4.2. Partenariats public-privé et intérêt des grands groupes high-tech pour le coworking

5. Un futur incertain

Conclusion

Même si leur poids économique global reste faible, les EC sont devenus un phénomène planétaire, et sont bien ancrés dans le paysage des métiers créatifs des métropoles. Les fondamentaux du modèle sont maintenant bien établis (Trupia et Fekrane 2011). Le coworking est le fruit d'un écosystème émergent qui favorise le brouillage généralisé et l'effacement des frontières spatio-temporelles entres les concepts, catégories, objets, et pratiques, autrefois bien délimités au sein des sphères politiques, sociales, économiques, et technologiques. La frontière entre la vie privée et la vie professionnelle devient floue. Biens et services, entreprises, chaînes de valeur, processus d'innovation, contrats de travail, lieux de travail, présentent des contours de plus en plus incertains. Les hybrides, comme les tierslieux et les EC sont le résultat de ces phénomènes de brouillage et de convergence. En tant que "general purpose technology" (Bresnahan and Trajtenberg 1995), les technologies d'information avancées et l'Internet occupent une position clé au cœur de cette évolution, et la technologie elle-même a vu le triomphe des objets hybrides comme les smartphones et tablettes.

Parés du charme de la nouveauté, les EC bénéficient d'un phénomène de mode. Il ne faut pas nier pour autant que les EC répondent à une demande réelle d'espaces de travail d'un nouveau genre, qui résulte de l'évolution du capitalisme numérique. Les créateurs d'EC ont occupé un segment de niche, dont le potentiel de croissance demeure inconnu. Toutefois, la mort parfois annoncé de l'immeuble de bureaux est une perspective lointaine, comme le montre l'activisme des grandes entreprises dans l'édification de nouveaux centres administratifs ou de R&D, qui incorporent le dernier cri des TIC et des "technologies vertes", et proposent des EC internes.

Il convient donc de tempérer l'enthousiasme suscité par le concept du coworking. En élaborant sur l'argument de Ponzini et Rossi (2010), on peut aussi penser que la création des EC constitue la manifestation tangible d'une rhétorique de la "ville créative" qui tend à masquer la réalité du noyau dur de ces programmes de rénovation urbaine, qui reste la création de valeur foncière et immobilière par la réalisation de programmes de bureaux et de logements hauts de gamme. Inventé au milieu des années 2000 par des groupes un peu marginaux de créatifs, le concept de coworking est aujourd'hui bel et bien incorporé à la "growth machine" analysée par H. Molotch (1976).

L'USINEDIGITALE

Orléans et Tours inaugurent leurs Totems dans deux friches industrielles

STÉPHANE FRACHET | LE NUMÉRIQUE EN RÉGIONS, FRENCH TECH, CENTRE | PUBLIÉ LE 14 JUIN 2016

Les deux cités ligériennes ouvrent leurs incubateurs French Tech dans deux friches industrielles : une imprimerie à Tours et une usine pharmaceutique à Orléans. Blois en profite pour annoncer sa participation... Mais le fonds d'investissements se fait attendre.

©dr Mame, Bâtiment Totem de la French Tech à Tours.

Les agglomérations de Tours et Orléans ont transformé deux friches industrielles pour y implanter leurs pépinières dédiées à leurs jeunes pousses numériques. Les deux lieux ont été inaugurés vendredi et ouverts au public une partie du week-end.

A Tours, l'ancien imprimeur Mame, qui a édité Balzac et la Bible, a été transfiguré. Il manque encore la climatisation sous ce toit en sheds reconstruit par Bernard Zehrfuss et Jean Prouvé après les bombardements de 1944. "*Ce sera fait d'ici quelques mois, les appels d'offres sont en cours*", assure Valérie Sécheret, directrice du développement économique de Tours Plus. En attendant, les entreprises paient des loyers à prix cassé.

Clin d'oeil à l'histoire récente : les startups et les élus ont conservé la dénomination d'ATP, pour Ateliers de transition professionnelle, dans l'espace réservée aux startups. C'est ici que Michelin avait accueilli les salariés licenciés de l'usine de Joué-lès-Tours pour organiser leur reconversion.

A Orléans, l'ancienne usine pharmaceutique Famar devait un temps être rasée pour devenir un Arena. Elle abrite désormais le Lab'O, soit 14000 mètres carrés, une surface équivalente à celle de Tours. Les deux accueillent des fablabs, des espaces de coworking et plusieurs sociétés financières et de services ont pris des bureaux pour accompagner cette "ébullition" numérique.

BLOIS, TRAIT D'UNION

A Tours, une vingtaine d'entreprises sont en place, dont plusieurs startups qui ont pris des locaux au prix du marché de l'immobilier d'entreprise. C'est le cas d'une école d'édition numérique, Esten, et du Jardin imaginaire, un paysagiste virtuel en phase de levée de fonds par exemple. Le Lab'O orléanais compte une quarantaine d'entreprises, parmi lesquelles les biocosmétiques Nuoo et leur beauty box, les services de visioconférence par le cloud Ageonaa, ou encore l'école de codage informatique Wild code school.

Ces inaugurations, en présence des élus, ont été l'occasion de préciser que le périmètre French Tech Loire Valley s'élargissait à Blois et au département du Loir-et-Cher, qui fait le trait d'union entre les deux agglomérations.

EN ATTENDANT LE FONDS D'INVESTISSEMENT

En revanche, le fonds d'investissement annoncé l'an passé par les deux villes n'a pas été finalisé assez vite pour qu'il soit lancé ce week-end. *"Ni Orléans, ni Tours ne sont des métropoles au sens du droit public. Elles n'ont pas la compétence pour investir directement dans des entreprises, ce qui nous a retardés. Le fonds sera donc porté par la région Centre Val de Loire",* explique Thibault Coulon, élu à Tours Plus. *"Le tour de table se poursuit",* ajoute Olivier Carré, maire d'Orléans.

Outre les collectivités concernées, ce fonds public privé sera abondé par Groupama, Thelem, et le Crédit Agricole Centre Loire notamment. D'autres banques et caisses locales du Crédit Agricole ont renoncé. Les quelque 20 millions d'euros prévus cibleront les startups régionales en phase de déploiement, pour des tickets entre 200 000 et 500 000 euros, *"plutôt pour du soutien au BFR (besoin en fonds de roulement), quand les premiers fonds propres sont cramés"*, illustre Olivier Carré, maire d'Orléans, qui exclut donc les phases précoces d'amorçage.

Et comme dans les friches, rien n'est jamais achevé. Les travaux se poursuivent sur les deux sites.

STÉPHANE FRACHET

LES BLOGS

L'économie numérique au service d'un rééquilibrage des territoires

14/12/2015 10:05 CET I Actualisé 05/10/2016 02:50 CEST

Ingrid Nappi-Choulet Professeur-chercheur à l'ESSEC, titulaire de la Chaire Immobilier et Développement Durable

Nous sommes en train de vivre une véritable révolution : la révolution du numérique, qualifiée par Jeremy Rifkin dans son ouvrage de référence de "troisième révolution industrielle" (1). Gilles Babinet, personnalité emblématique du numérique et digital champion de la France auprès des instances européennes, parle quant à lui de "nouvel âge de l'humanité" (2). Le potentiel des big data est en effet considérable. Le numérique impacte aujourd'hui l'ensemble de l'économie. S'il ne représente en tant que secteur économique que 5 % du PIB, sa participation à la croissance est estimée à 25 % et dans une conjoncture morose sur le marché du travail, on constate que la création d'emploi induite directement par le numérique est extrêmement forte puisqu'il s'agirait de plus de 450 000 emplois créés entre 2010 et 2015, selon le ministère de l'économie de l'industrie et du numérique. Mais quels en sont les effets sur la ville ?

Les impacts de la montée en puissance de l'économie numérique se font également ressentir sur les marchés immobiliers d'entreprise. On estime ainsi que les entreprises du numérique représentent en France environ 15 % de la demande placée en immobilier de bureaux, selon les données BNP Paribas Real Estate. Cette tendance va très certainement s'accentuer prochainement. En effet, rien que dans le Quartier Central et traditionnel des Affaires de Paris, cette part s'élèverait à 25 % pour 2015, ce qui la placerait à un niveau équivalent à ce que l'on observe à Londres, où entre 25 et 28 % de la demande placée relève de la nouvelle économie. Ceci reste bien sûr corrélé aux nombreuses initiatives de la Ville de Paris pour attirer les start-ups innovantes en créant des réseaux d'incubateurs. Déjà plus de 100 000 m2 d'incubateurs ont ainsi vu le jour et plus de 3000 start-ups résident à Paris, si l'on en croit la déclaration d'Anne Hidalgo lors des grands prix de l'innovation organisés par la Ville en décembre 2014. A Paris, les start-ups ont généré en 2014 plus de 4000 emplois et 450 millions d'euros de chiffre d'affaires. L'économie numérique n'est donc plus un phénomène marginal mais un véritable levier de croissance pour Paris, dans sa concurrence avec l'autre ville-monde européenne, Londres. La halle Freyssinet, plus grand incubateur au monde avec 34 000 m², livrée par Xavier Niel d'ici la fin 2016, marque cette recherche d'attractivité de la capitale. L'économie numérique ne se contente donc plus de générer de micro-lieux. On assiste à un changement d'échelle rapide.

Ce qui est également nouveau est que cette tendance et ces nouveaux besoins immobiliers liés à l'économie numérique sont visibles aussi bien en Ile-de-France que dans les grandes métropoles régionales et pourraient entrainer le rééquilibrage immobilier tertiaire en faveur des métropoles régionales.

Dès lors dans la compétition entre territoires, être à même d'attirer ces entreprises du numérique devient un enjeu de premier plan. Cette démarche est devenue partie intégrante de la politique d'attractivité des grandes métropoles. Une véritable émulation voit le jour entre elles sur le sujet. Les agglomérations se disputent aujourd'hui le label French Tech. On est donc passé de lieux épars à une stratégie nationale pour structurer les actions des métropoles et les fédérer dans un label. A ce jour, 13 métropoles régionales et 4 écosytèmes ont déjà été labellisés. Alors que les nouvelles technologies permettent d'être de moins en moins dépendant du local, le besoin de proximité revêt toute son importance dans une logique de cluster. Afin de profiter de l'émulation et de la sérendipité liée à la proximité d'un écosystème, ces entreprises de la nouvelle économie ont tendance à se concentrer géographiquement par un phénomène d'agrégation naturelle. Le numérique implique donc une double tendance à la diffusion et à l'hyper localisation. Il s'agit là d'un paradoxe majeur du système.

On voit fleurir les articles désignant telle ou telle métropole régionale comme une nouvelle Silicon Valley : on trouve le Silicon Sentier à Paris, la Capitale des Gaules est surnommée "Silisaône

Valley", Aix-Marseille serait la nouvelle Californie de l'Europe, Angers la Silicon Valley française des objets connectés... Cette terminologie employée pour la désignation de ces écosystèmes de start-ups n'est pas neutre. John Chambers le patron du géant américain Cisco a même créé la surprise en déclarant sur Europe 1 début octobre qu'il avait l'impression de voir la Silicon Valley en France ! Il y a sans doute un effet médiatique recherché dans cette déclaration. Cependant ces références à la baie de San Francisco sont révélatrices des ambitions et des espoirs portés par l'économie numérique.

Or la place que le numérique occupe dans la ville n'est pas anodine aux yeux des étudiants, c'est-à-dire des salariés de demain. Si notre enquête (3) révèle une certaine réserve de la génération Y vis-à-vis du numérique dès lors qu'il s'immisce dans leur vie privée, l'idée de vivre dans une ville accueillante pour les entreprises du numérique les séduit assez fortement : 59 % souhaitent la présence d'entreprises spécialisées dans le numérique dans leur ville. De plus l'attrait qu'exerceraient les grandes villes sur une large majorité de la jeune génération, est aussi à nuancer fortement si on en croit notre enquête : la grande ville a certes la préférence de 39 % des étudiants comme lieu de vie futur, mais elle est talonnée par les villes moyennes et petites qui sont privilégiées par 36 % d'entre eux.

Ce retour en grâce de la ville moyenne auprès des jeunes coïncide donc avec les ambitions des métropoles régionales prêtes à investir dans une politique territoriale ambitieuse afin d'attirer ce nouveau terreau d'entreprises porteur d'emplois et de dynamisme.

Cette polarisation des activités dans les grands centres urbains met en exergue les enjeux en termes d'aménagement du territoire. Jean-François Gravier faisait déjà en 1947 le constat de la macrocéphalie parisienne, dans son ouvrage "Paris et le désert français". L'idée d'un déséquilibre entre Paris et la province a ainsi été au centre des politiques d'aménagement du territoire menées au cours des décennies suivantes, et au bout de 50 ans d'interventionnisme étatique aux résultats mitigés, nous sommes face à un phénomène nouveau : l'économie numérique engendre un renouveau territorial et par un renouvellement de l'espace urbain, redynamise des zones en déclin. Les métropoles sont donc face à un enjeu majeur : faire en sorte que ce changement de paradigme se traduise en termes d'opportunités.

DOCUMENT 7

(...)

WORKSHOP FRICHES 2016

Atelier de territoire

Reconversion des friches industrielles des Pyrénées Cathares, Ariège

Caractéristiques de l'événement : Atelier de réflexion impliquant institutions, acteurs privés, étudiants, professionnels de l'aménagement et société civile autour d'un projet de territoire

Thématique : Architecture, Urbanisme, Aménagement du territoire et Développement local

Date & lieu : 23 au 29 Avril 2016, Commune de Lavelanet, Ariège

Organisateurs : Pays d'Art et d'Histoire des Pyrénées Cathares / DDT 09 / Préfecture de l'Ariège

Participants : 49 jeunes urbanistes de 21 à 31 ans, architectes, paysagistes et économistes de toute la France réunis en 8 équipes de 5 à 7 participants

Encadrement : 7 professionnels de l'Aménagement et du Développement des Territoires

- **Jacques Guilbaud**, Urbaniste OPQU, chef du service aménagement urbanisme habitat DDT 09
- **Pierre Gadoin-Vilhet**, Paysagiste conseil de l'Etat, DDT de l'Ariège.
- **Christophe Ouhayoun**, Architecte conseil de l'Etat, DDT de l'Ariège.
- **Cédric Godefroy**, Ingénieur à la DDT de l'Ariège.
- **Sèverine Mazet**, chargée de mission à la DDT de l'Ariège.
- **Léa Morfoisse**, chargée de mission.
- **Guillaume Ajavon**, Ingénieur territorial, écologie & urbanisme.

Partenaires :

- Communauté de Communes du Pays d'Olmes
- Communauté de Communes du Pays de Mirepoix
- Région Languedoc Roussillon / Midi- Pyrénées
- Conseil départemental de l'Ariège
- Groupe Caisse des Dépôts

Objectif : Proposer des pistes de réflexion pour la reconversion de 6 friches industrielles dans le Pays des Pyrénées Cathares (Ariège)

Idées marquantes proposées par les participants lors du workshop :

- Il apparaît nécessaire de **s'affranchir des logiques industrielles** qui ont conditionné le développement du Pays des Pyrénées Cathares jusqu'ici pour faire naître une nouvelle vocation pour ce territoire.

- Le déclin de l'Industrie offre l'opportunité de recentrer le projet de développement du Pays des Pyrénées Cathares sur les ressources intrinsèques au territoire, les savoirs faire locaux, l'artisanat et les ressources naturelles, **ressources inaliénables et non-délocalisables**

- La **mise en place de circuits courts** du producteur au consommateur permettrait de réactiver des dynamiques économiques et sociales sur le territoire

- Les friches peuvent accueillir **le développement de filières de production basées sur l'abondance des ressources naturelles locales** (eau, bois, grands espaces naturels propices à l'élevage et l'agriculture) et se situent à proximité de forts potentiels de développement d'énergies renouvelables (hydraulique, biomasse, solaire et éolienne)

(...)

Le contexte

Après avoir connu un essor économique dynamique et bénéficié d'un rayonnement national et international basés sur la mono-industrie du textile, le Pays des Pyrénées Cathares a traversé plusieurs décennies de lent déclin de son industrie et de fermeture progressive des usines qui avaient jusqu'alors structuré son développement.

Confronté à une logique économique qui s'est essouflée, le Pays des Pyrénées Cathares est aujourd'hui en recherche d'une nouvelle stratégie territoriale et d'un mode de développement économique alternatif.

La genèse du workshop

Suite à l'expérience de l'Atelier organisé à Foix au printemps 2015 par les services de la Direction Départementale des Territoires (DDT) de l'Ariège, dans le cadre de la politique de la ville, le Pays des Pyrénées Cathares a souhaité réitérer cette expérience autour des réflexions engagées sur l'avenir de ses friches industrielles.

Après un appel à candidatures diffusé en février 2016, plus de 80 étudiants et jeunes diplômés ont manifesté leur intérêt pour le projet. Au total, 49 jeunes ont été retenus pour la qualité de leur parcours d'études et pour leurs aptitudes personnelles et leurs expériences sur des projets divers en France et à l'étranger. Ils sont issus de différentes formations : architecture, urbanisme, paysage, design, beaux-arts ou encore sciences politiques.

Cet atelier a permis d'imaginer l'avenir de six friches industrielles aux perspectives de reconversion incertaines, et d'envisager un nouveau projet de territoire.

Une convergence de tous les acteurs

Réunissant 49 jeunes urbanistes, architectes, paysagistes, économistes de toute la France pendant une semaine à Lavelanet, l'atelier a permis d'impulser une nouvelle dynamique pour le Pays des Pyrénées Cathares. Alternant temps d'échange avec les élus et les acteurs économiques, rencontre des habitants, circuits de découverte du territoire et travaux de groupes, l'atelier fut un temps fort de rassemblement des acteurs du territoire, de débat et de mise en perspective des défis auxquels le Pays des Pyrénées Cathares doit faire face.

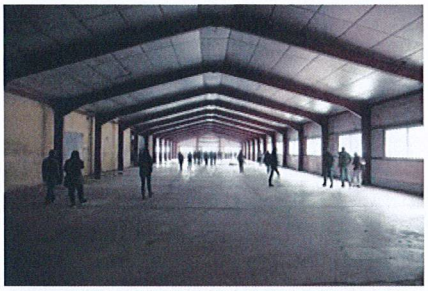
Cette démarche pose comme postulat de départ que l'intelligence collective, le décloisonnement des disciplines, la liberté de création, l'audace et l'imagination sont les moteurs qui permettront au territoire du Pays des Pyrénées Cathares de se construire une nouvelle trajectoire.
Les propositions des participants réunis en 8 équipes, sont autant d'outils et de leviers mis à la disposition des élus et de leurs équipes pour alimenter leur réflexion sur la transformation du territoire, pour en changer l'image en le révélant sous une lumière nouvelle.

Les équipes de participants invitent à décaler le regard que nous portons sur ces friches, à les intégrer au tissu urbain, à les transformer en support d'activités qui permettront au territoire de s'affirmer à travers une nouvelle identité.

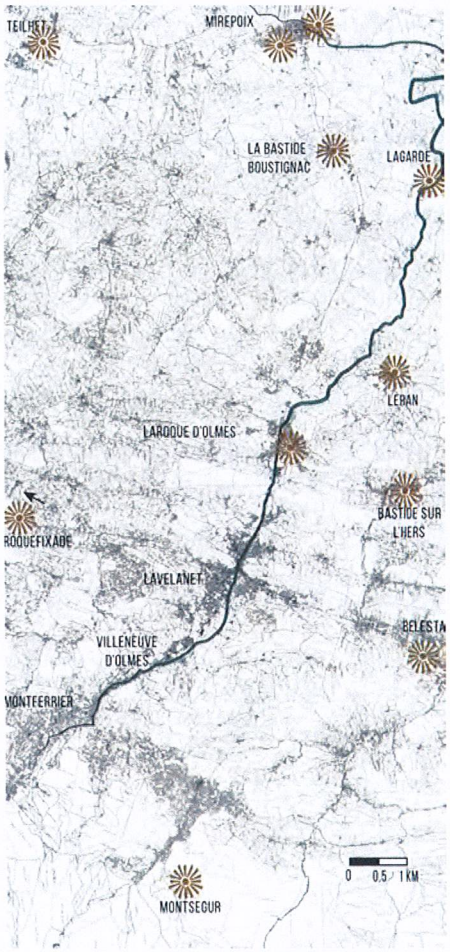
Rencontre entre habitants et participants au workshop lors de la soirée «Mémoire»

(...)

Six sites à requalifier



Friche SOTAP CAROL à Montferrier



Vallée d'Olmes et de l'Hers (Ariège)

Friche Fonquernie à Laroque d'Olmes

Friche FTL à Lavelanet

Friche Bez à Labastide sur l'Hers

Friche Barbe à Villeneuve d'Olmes

Friche SAB à Montferrier

Six sites aux destins communs

Le workshop s'est proposé d'interroger l'histoire industrielle du Pays des Pyrénées Cathares au travers de l'étude de 6 sites pilotes et donner aux participants la matière nécessaire pour penser les projets de reconversion des friches industrielles.

Les sites industriels identifiés étaient :
- Friche SAB à Montferrier
- Friche SOTAP-CAROL à Montferrier
- Friche Barbe à Villeneuve d'Olmes
- Friche FTL à Lavelanet
- Friche Fonquernie à Laroque d'Olmes
- Friche Bez à La Bastide sur l'Hers

Les équipes ont orienté leur travail suivant les 3 enjeux suivants :
1. Comment renverser la tendance et faire des friches et des espaces en déshérence des atouts pour le territoire ?
2. Comment affranchir le territoire des logiques industrielles jusqu'alors dominantes et faire émerger de nouvelles formes de production et d'organisation économique ?
3. Quels leviers permettront au territoire de se construire une nouvelle image et de se départir de celle d'un territoire trop marqué par une activité industrielle disparue ?

Au regard de ces enjeux, les participants se sont concentrés sur les richesses intrinsèques au territoire pour identifier des leviers possibles pour sa transformation.

Malgré un fort ralentissement des activités économiques, ces richesses sont toujours disponibles :
- Des ressources naturelles abondantes offrant la possibilité de développer de nouvelles filières (production énergétique éolienne et hydraulique, filière bois, activités agricoles...)
- Un foncier peu cher et accessible pour imaginer de nouveaux usages et/ ou l'accueil de nouvelles activités économiques/culturelles ou l'accueil de nouveaux habitants
- Un patrimoine historique riche, porteur de potentiel pour le développement touristique
- Une richesse paysagère exceptionnelle dans un environnement de moyenne-montagne préservé.

(...)

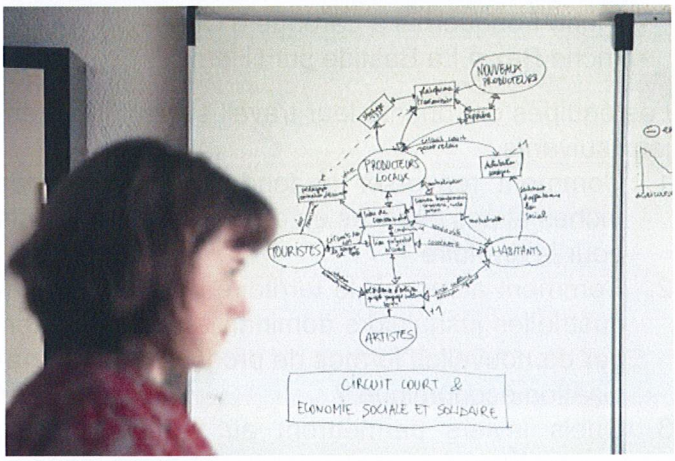
Le regard des participants

A travers leurs propositions, les équipes prônent toutes un changement de posture radical : il apparaît nécessaire de s'affranchir des logiques industrielles qui ont conditionné le développement du Pays des Pyrénées Cathares jusqu'à la fin du XXème siècle pour faire naître une nouvelle vocation pour ce territoire.

Les dynamiques économiques liées à l'industrie textile ont certes été à l'origine de son essor et de sa prospérité ; mais elles ont également peu à peu exposé le territoire à des forces économiques qu'il ne pouvait maîtriser et l'ont vulnérabilisé, entraînant ainsi son déclin.

Les participants de l'atelier proposent de libérer le territoire de ces logiques en recentrant le projet de développement du Pays des Pyrénées Cathares sur les ressources intrinsèques au territoire - les savoirs faire locaux, l'artisanat et les ressources naturelles - autant d'atouts inaliénables et non-délocalisables.

Placer ces ressources au cœur du développement du Pays des Pyrénées Cathares permet d'offrir au territoire l'opportunité d'être de nouveau maître de sa trajectoire de développement, en tendant vers une plus grande autonomie énergétique, alimentaire et économique et en assurant les conditions de sa résilience.

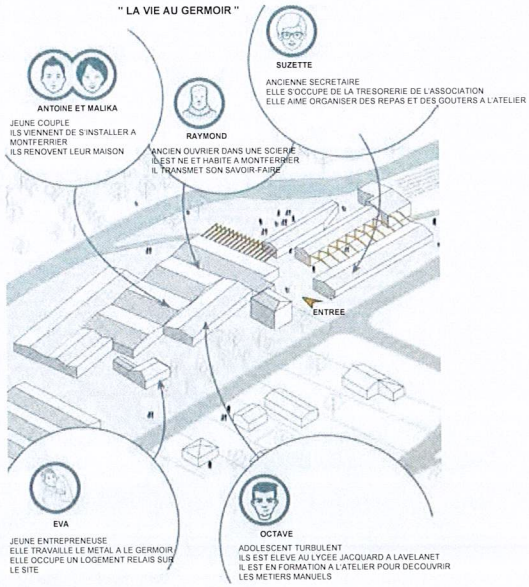


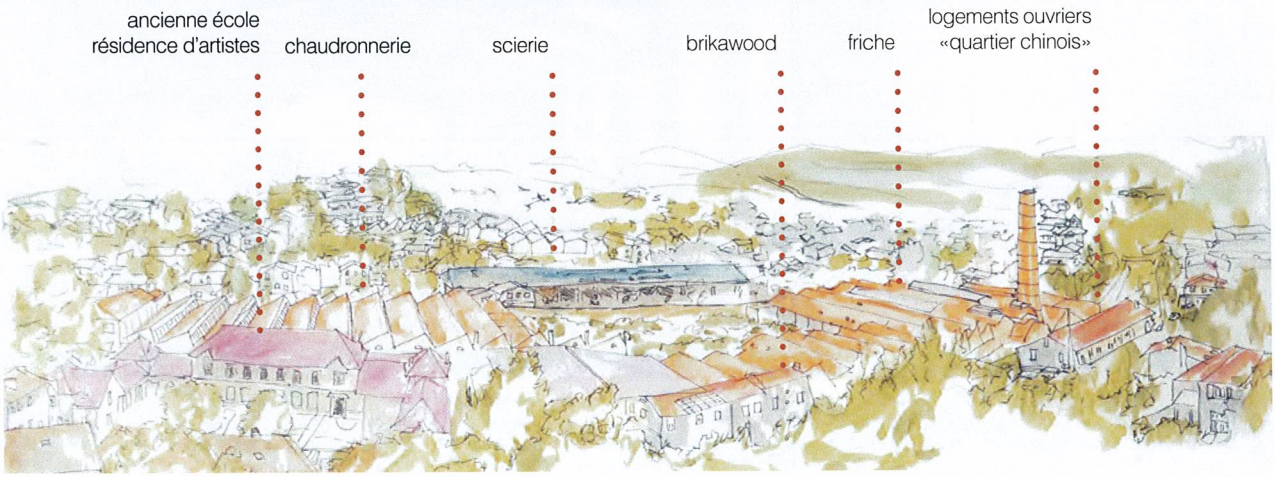
Echanges et réflexions lors du workshop

Ce postulat fort basé sur la réappropriation et la valorisation des ressources naturelles du territoire se retrouve à travers plusieurs propositions clés émanant du travail des équipes et notamment la **mise en place de circuits courts qui permettraient de réactiver des dynamiques économiques et sociales** sur le territoire, notamment en :

- **Favorisant le développement de filières de production basées sur l'abondance des ressources naturelles locales** (eau, bois, grands espaces naturels propices à l'élevage et l'agriculture) et des forts potentiels de développement d'énergies renouvelables (forte présence de l'eau sur tout le territoire, possibilité de développer la production d'énergie solaire et éolienne pour les usages privés ou les activités économiques). La plupart des friches présentes sur le territoire sont situées en bordure du Touyre et pourraient ainsi se transformer en points de production locale d'énergie, voire pour celles qui retrouveraient un nouvel usage ou une nouvelle activité, fournir l'énergie nécessaire à leur fonctionnement.

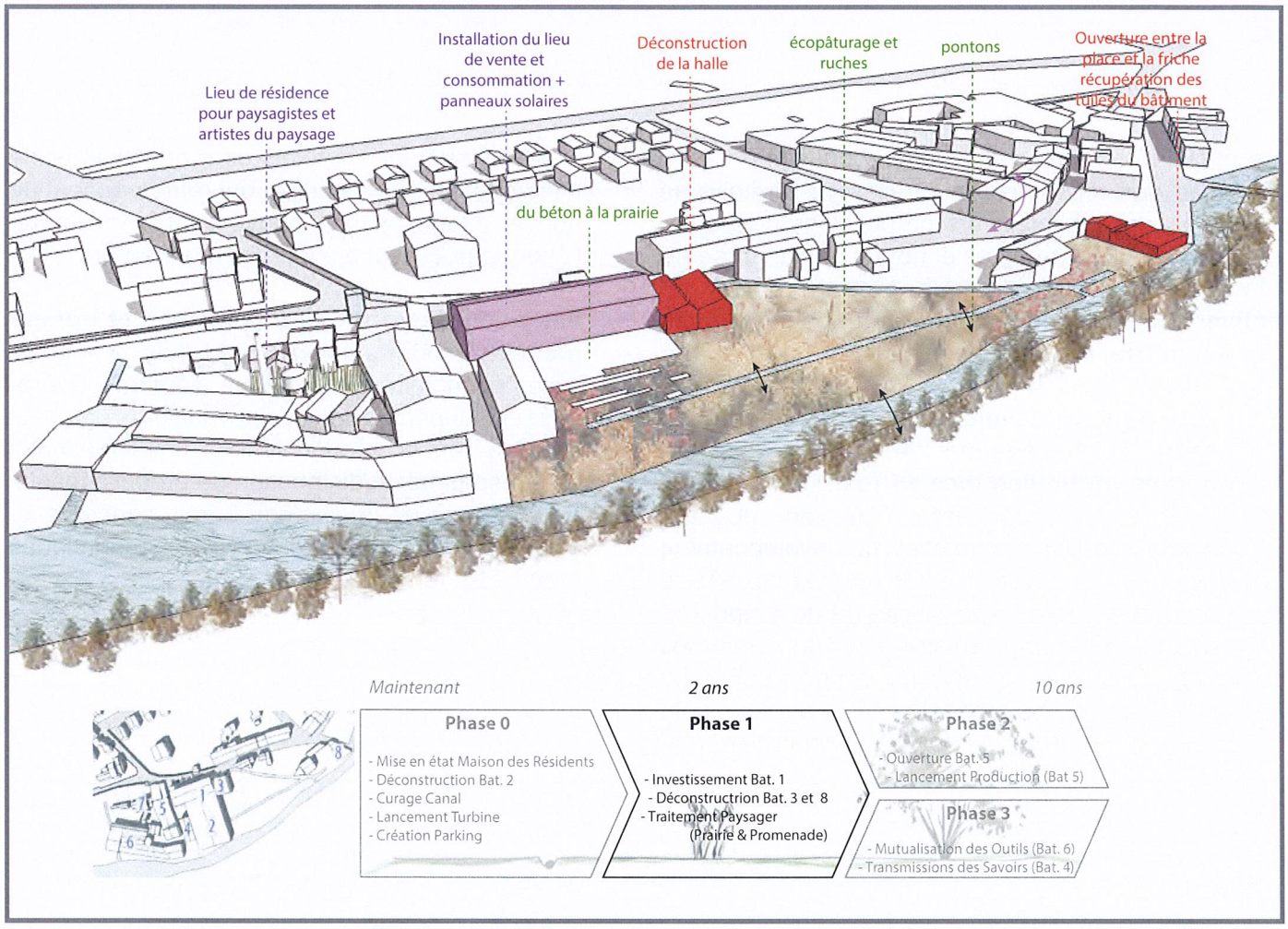
- **Valorisant les productions locales et notamment les produits du terroir**, à la fois comme activités économiques et comme éléments fédérateurs et support de lien social. Plusieurs équipes, en suggérant la création de lieux emblématiques de consommation/distribution de produits locaux ou de recyclage (maison du terroir, conserverie, consigne...) misent sur des leviers économiques propres au territoire.



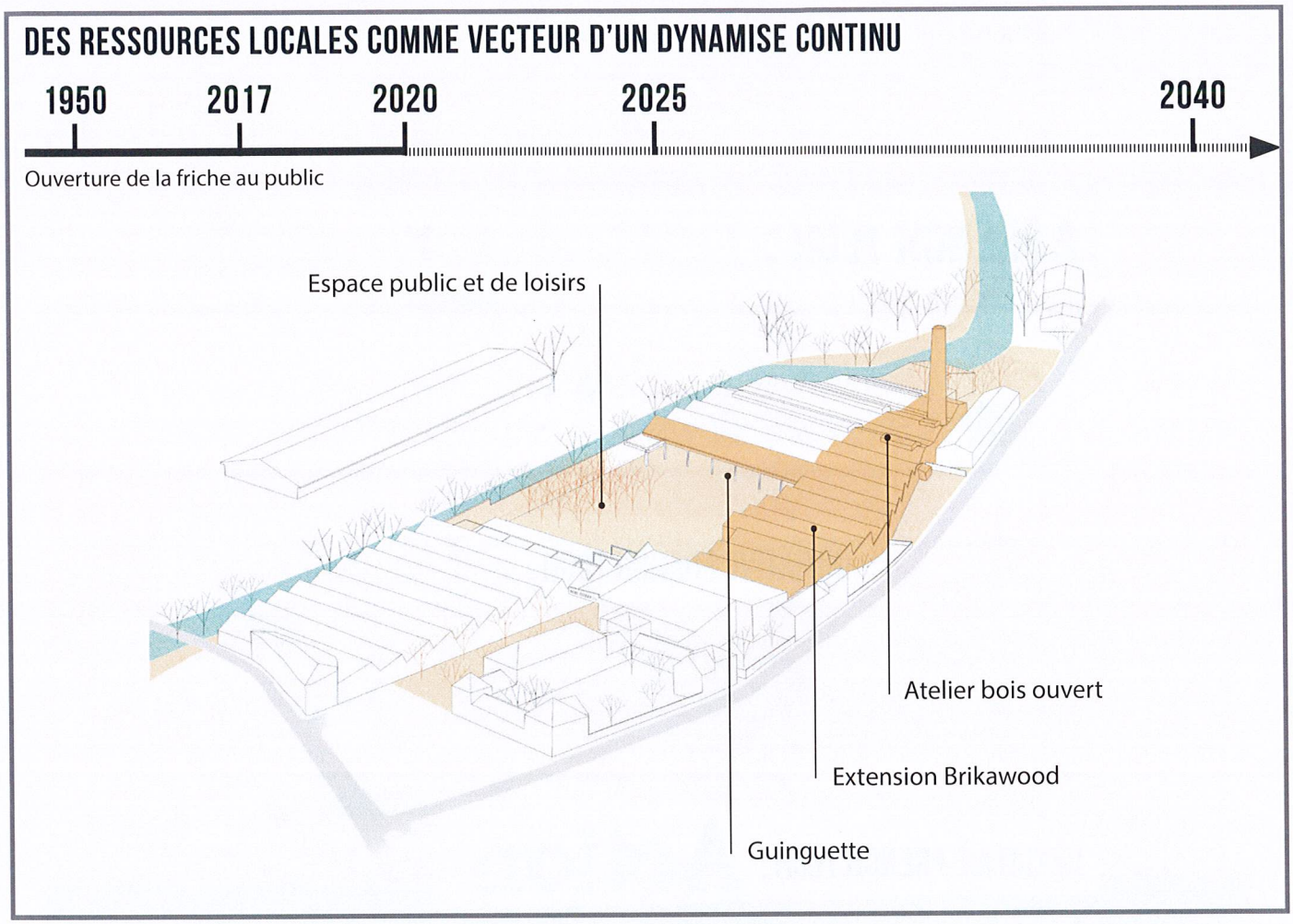


Extraits de supports produits par les participants lors du workshop

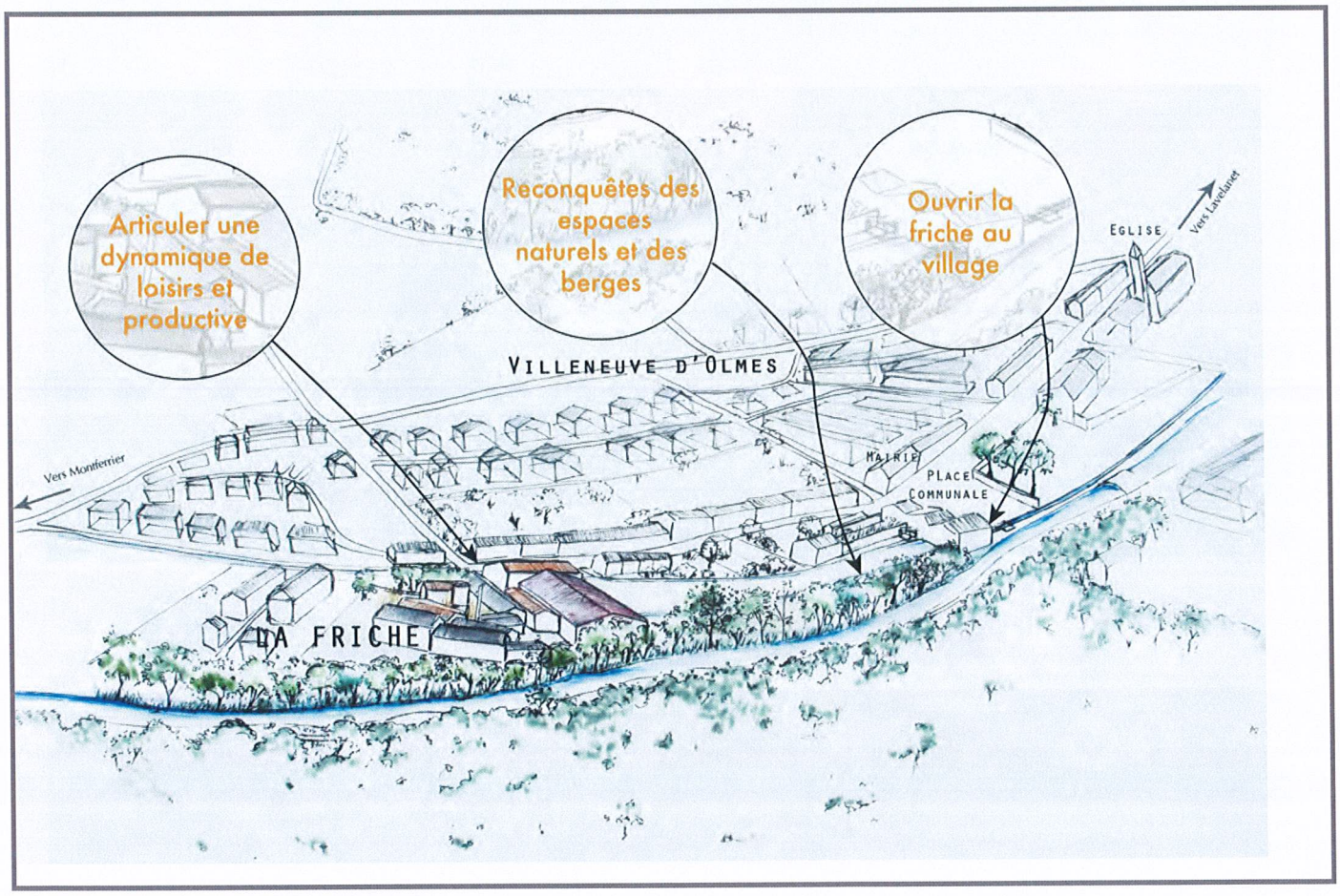
(...)



Extraits de supports produits par les participants du workshop



Extraits de supports produits par les participants du workshop



(...)

DOCUMENT 8

« Affiche de la French Tech » – lafrenchtech.com – Septembre 2016

LA FRENCH TECH : Définition

La FRENCH TECH

C'est l'écosystème des startups françaises.

C'est aussi une initiative publique innovante au service de l'écosystème French Tech et portée par le Ministère de l'Économie.

INITIATIVE FRENCH TECH : Ambition

L'Initiative French Tech impulse une dynamique collective avec l'objectif de placer la France parmi les grandes *startup nations*.
Les startups championnes de demain seront créatrices de valeur économique et d'emplois en France.

INITIATIVE FRENCH TECH : Action

Fédérer

① Une **marque collective** qui fédère une communauté.

② Un **réseau national** avec Paris-IDF, 13 Métropoles French Tech en régions et 9 Réseaux Thématiques French Tech en France.

③ Des **acteurs publics nationaux** qui se fédèrent au service de la French Tech.

Accélérer

① Un **fonds d'investissement de 200 M€*** pour les accélérateurs de startups privés, opéré par Bpifrance.

② La **Bourse French Tech** : un financement d'amorçage pour lancer sa startup, opéré par Bpifrance.

③ Le **Pass French Tech**** : une offre premium pour les entreprises en hyper-croissance de Paris et des Métropoles French Tech.

Rayonner

① Une **plateforme d'attractivité** pour promouvoir la French Tech à l'international (budget de 15 M€*).

② Les **French Tech Hubs** : des communautés French Tech labellisées, à l'international.

③ Le **French Tech Ticket** : un pack d'accueil pour les entrepreneurs étrangers à Paris et dans les Métropoles French Tech.

Agence L – Mission French Tech, septembre 2016

bpifrance · BUSINESSFRANCE · Caisse des Dépôts · DGE DIRECTION GÉNÉRALE DES ENTREPRISES · Liberté • Égalité • Fraternité RÉPUBLIQUE FRANÇAISE MINISTÈRE DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES ET DU DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE ET DES FINANCES · TRÉSOR DIRECTION GÉNÉRALE · INVESTISSEMENTS D'AVENIR

@lafrenchtech #Frenchtech lafrenchtech.com

* Action French Tech issue du Programme d'Investissements d'Avenir opéré par la Caisse des Dépôts ** Partenaires : Afic, AFPC, Bpifrance, Business France, Coface, DGE, Inpi, UGAP

DOCUMENT 9

LE PARCOURS DU FINANCEMENT STARTUP

Les infos indispensables avant de se lancer – frenchfunding.fr – consulté le 6 janvier 2017

Les difficultés du parcours

Une succession **d'examens** et de **concours** avec des critères d'évaluation et de sélection variés à passer dans le bon timing.

Le parcours du financement d'une startup en France est bien particulier car il s'insère dans un écosystème complexe avec un nombre d'acteurs important et de nature variée. Il existe autant de parcours possibles que de startups. Il faut noter que les aides et subventions publiques sont souvent réservées aux entreprises présentant un caractère innovant ou technologique.
Réussir son parcours de financement n'est pas une condition suffisante pour réussir son projet de startup mais c'est presque une condition **nécessaire**.
En effet, l'expérience montre que généralement les startups qui réussissent ont optimisé leur parcours de financement en obtenant le maximum des dispositifs à solliciter à chaque étape clé du développement de l'entreprise.
L'obtention des aides publiques peut s'apparenter à la réussite d'un examen (hormis pour le concours national de la recherche). Il s'agit en effet de pouvoir présenter un bon dossier correspondant aux attentes des organismes financeurs. Il n'en reste pas moins que l'exercice n'est pas simple car :

- les aides sont nombreuses, éclatées avec des particularités régionales, on recense 4500 dispositifs d'aides aux entreprises en France,
- chaque aide requiert un dossier spécifique et ses conditions d'attribution peuvent être très sélectives,
- les aides doivent être sollicitées dans un ordre bien précis et certaines sont interdépendantes

La levée de fonds quant à elle pourrait correspondre à la participation à un concours à chaque fois que l'on fait une démarche auprès d'un investisseur : l'offre de fonds disponible est très inférieure à la demande, le pouvoir de marché est du côté des fonds et des business angels qui ont le choix parmi de nombreux bons projets d'entreprise. Il s'agit donc d'être meilleur que les autres startups candidates.

La difficulté de la levée de fonds est accentuée car le nombre de fonds et de business angels en réseaux ou individuels, de plateforme de crowdfunding est de plus en plus important (même si les montants investis chaque année en global restent relativement stables), chaque investisseur pouvant avoir des critères assez spécifiques. En outre, les typologies d'investisseurs sont différentes en fonction du stade de maturité de l'entreprise, il s'agit donc de savoir identifier les investisseurs pertinents pour son projet.

Par ailleurs, il faut avoir à l'esprit que les financements publics sont non dilutifs contrairement aux financements par levée de fonds. Le risque d'un parcours non maîtrisé peut être une forte dilution de l'équipe de fondateurs.

Enfin, une dernière difficulté vient du fait que ce parcours est chronophage, l'entrepreneur, ne peut se permettre de consacrer tout son temps à ses recherches de financements au risque de ne pas développer son projet.

Cartographie des dispositifs

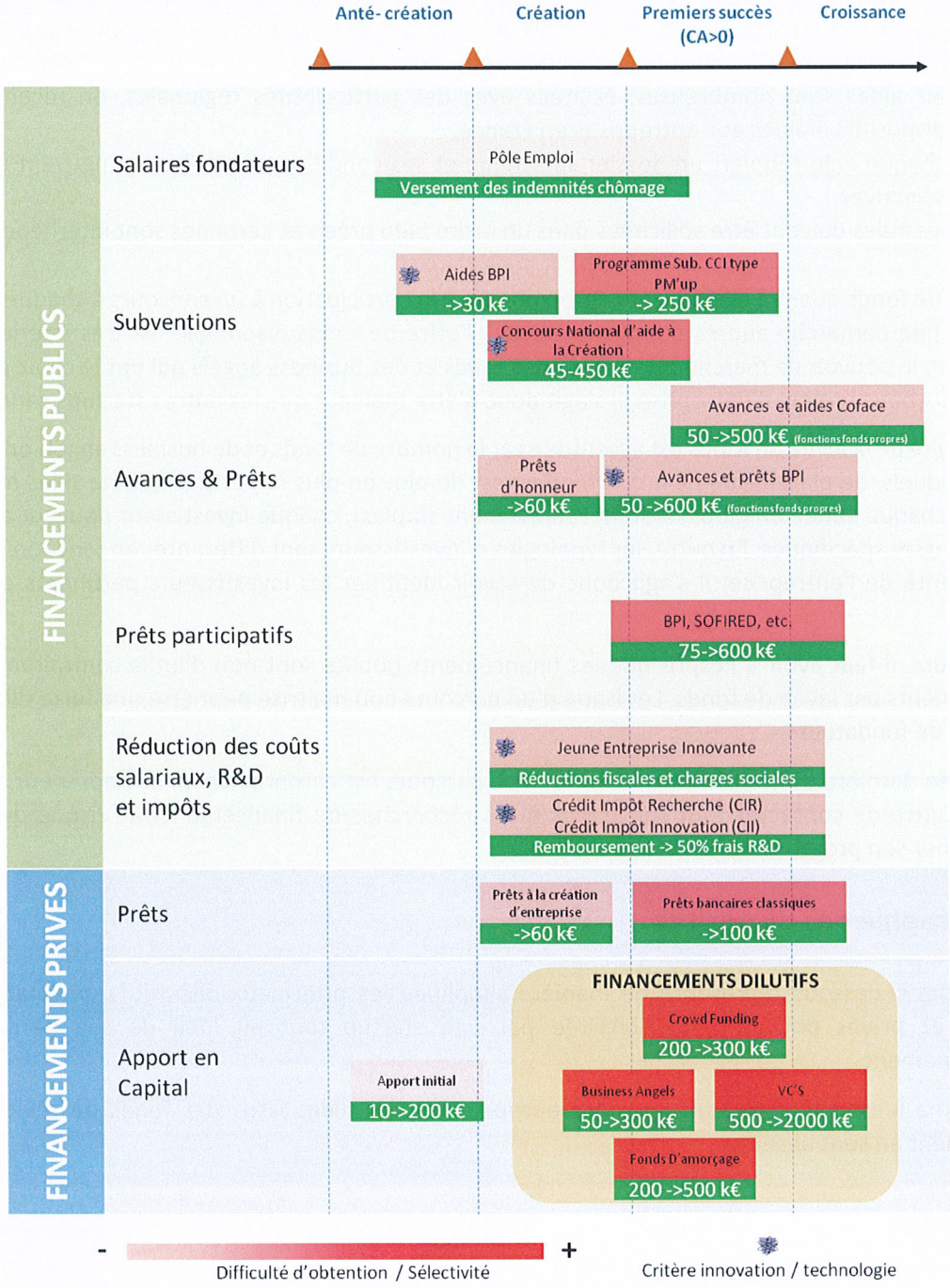
Le schéma ci-dessous représente de manière simplifiée les principaux dispositifs de **financement publics et privés** pouvant être sollicitée par une startup tout au long de son parcours de développement.

Ce schéma n'est pas exhaustif, les aides européennes, les aides issus des fonds de revitalisation notamment en sont absentes.

Le financement public

Les sources de financement publiques peuvent se situer à quatre échelons géographiques, national, régional, départemental ou encore municipal. Dans la famille « publique », le premier financeur est **pôle emploi**. Les indemnités chômage vont permettre aux cadres d'être rémunérés pendant au moins 18 mois après le départ de leur ancienne entreprise.

Viennent ensuite les **subventions** qui ont l'avantage de ne pas faire l'objet de remboursement. Il s'agit donc des dispositifs à solliciter en priorité. On peut citer par exemple les différentes aides de la **BPI** (anciennement Oséo) : ACREI, AIMA ou encore le PIA pour la région parisienne qui peuvent financer des projets innovants jusqu'à 30 k€. Le concours national de l'aide à la création d'entreprises de technologies innovantes organisé conjointement par la BPI et le ministère de la recherche peut permettre d'obtenir de 45k€ à 450k€ pour les lauréats. Le processus est néanmoins long (remise des dossiers en janvier, résultats en juin, obtention des fonds en octobre) et sélectif : 175 lauréats en 2013 sur 900 candidatures. Il existe d'importants programmes de subvention gérés au niveau des régions ou des CCI à l'image du programme PM'up en région parisienne permettant par exemple d'obtenir jusqu'à 250k€ sur 3 ans pour financer des projets permettant notamment la création d'emploi.



Les **prêts d'honneur** alloués principalement par les associations **Initiative France** et le **Réseau Entreprendre** peuvent permettre aux créateurs d'obtenir des prêts à taux zéro, sans caution ni garantie, remboursables sur 4 ou 5 ans avec un différé de remboursement d'un année. Le risque de ces prêts est faible même si ils doivent être remboursé à terme.

Dans la catégorie prêt et avances remboursables, la BPI proposent ensuite aux entreprises innovantes des **avances remboursables en cas de succès** ou des **prêts à taux zéro** pouvant aller jusqu'à 600 k€ permettant de financer jusqu'à 40% d'un programme d'innovation sur 3 ans. Le montant octroyé dépendra du devis du projet proposé, des fonds propres de l'entreprise et aussi d'indicateurs de développement.

Pour le financement des actions de développement commerciales à l'étranger, les dispositifs **Coface** sont très intéressants car ils peuvent permettre de financer 75% d'un programme commercial dans lequel de nombreux postes de coûts sont couverts : des adwords hors de France sont éligibles par exemple, ainsi que la quote-part de la rémunération du dirigeant correspondant à son temps passé sur les pilotages des actions commerciales à l'international. Le montant octroyé dépendra du devis du projet proposé, des fonds propres de l'entreprise et aussi d'indicateurs de développement.

Les **prêts participatifs** de la BPI permettent de renforcer les fonds propres sans diluer les fondateurs dont l'objet est de sécuriser l'entreprise dans une période de levée de fonds privé. Le montant du PPA (prêt participatif d'amorçage) est de 75k€ à 150k€. La **Sofired** propose également des prêts participatifs jusqu'à 600k€ accordés principalement en fonction de la capacité de l'entreprise à le rembourser sur 5 ans.

Le statut de Jeune Entreprise Innovante (**JEI**), le Crédit Impôt Recherche (**CIR**) et le Crédit Impôt Innovation (**CII**) permettent de réduire les coûts de R&D, les charges sociales et l'impôt sur les sociétés.

Le statut de JEI s'obtient par une demande auprès de l'administration fiscale. Les critères d'obtention sont : être une société de moins de 250 personnes, de moins de 50 M€ de CA, de moins de 8 ans et consacrant au minimum 15% de son CA à la R&D. En 2013, il donne accès à une réduction de 100% des charges sociales sur 8 ans (capé à 176k€ par an), l'exonération d'IS pour les quatre premières années bénéficiaires est de 100% capé à en cumul à 200k€. Le statut JEI se perd l'année ou la R&D représente moins de 15% du CA. Les conditions sont susceptibles d'évoluer chaque année en fonction de la loi de finance.

Le CIR permet à toutes les entreprises ayant des programmes de R&D de bénéficier d'un remboursement partiel des coûts de cette R&D : 40% la première année, 35 la seconde et 30 la troisième. Il faut soumettre un dossier technique présentant en détail son programme de R&D et les risques qu'il comporte auprès de l'administration pour en bénéficier. Le CIR est accordé automatiquement si on a le label JEI mais ce n'est pas une condition nécessaire.

Le tout nouveau (janvier 2014) CII est une mesure fiscale qui complète le CIR : elle a pour objectif de soutenir les PME qui engagent des dépenses spécifiques pour innover avec une dimension plus souple et moins lié à la recherche que le CIR. Le développement de nouveaux produits, mise en place de pilote, nouveau design par exemple sont éligibles au CII. Le CII permet de réduire l'impôt (ou de se faire rembourser si on ne paie pas l'IS) à hauteur de 20% du montant du programme d'innovation, le programme ne pouvant dépasser lui même 400k€.

Le financement privé

Le financement privé est constitué des **prêts bancaires** et de l'**apport en capital**.

Le **prêt à la création d'entreprise** s'obtient auprès des banques et est garanti par BPI il peut aller jusqu'à 7k€. Certaines banques peuvent proposer des prêts plus importants sans caution personnel toujours garanti par la BPI pouvant monter jusqu'à 100k€.

L'apport en capital, se fera d'abord au moment de la création de l'entreprise avec les apports personnels des créateurs éventuellement complété par le cercle proche. Des levées de fonds consécutives et successives peuvent s'envisager par la suite. Ces levées de fonds auront un effet dilutif sur la part de capital dont disposeront les fondateurs : le pourcentage des parts de la société détenue par les fondateurs diminuera.

Les acteurs pouvant participer à ces levées de fonds sont : les **business angels (individuels ou en réseau) et family offices**, les plateformes de **crowdfunding** permettant d'organiser un tour de table avec plusieurs dizaines de personnes physiques, les **fonds d'investissement** (régionaux, d'amorçage ou de capital risque). Concernant les business angels fortunés et les family offices, le plus important n'est pas d'avoir leur identité mais le moyen de leur parler en étant recommandé.

Un parcours réussi

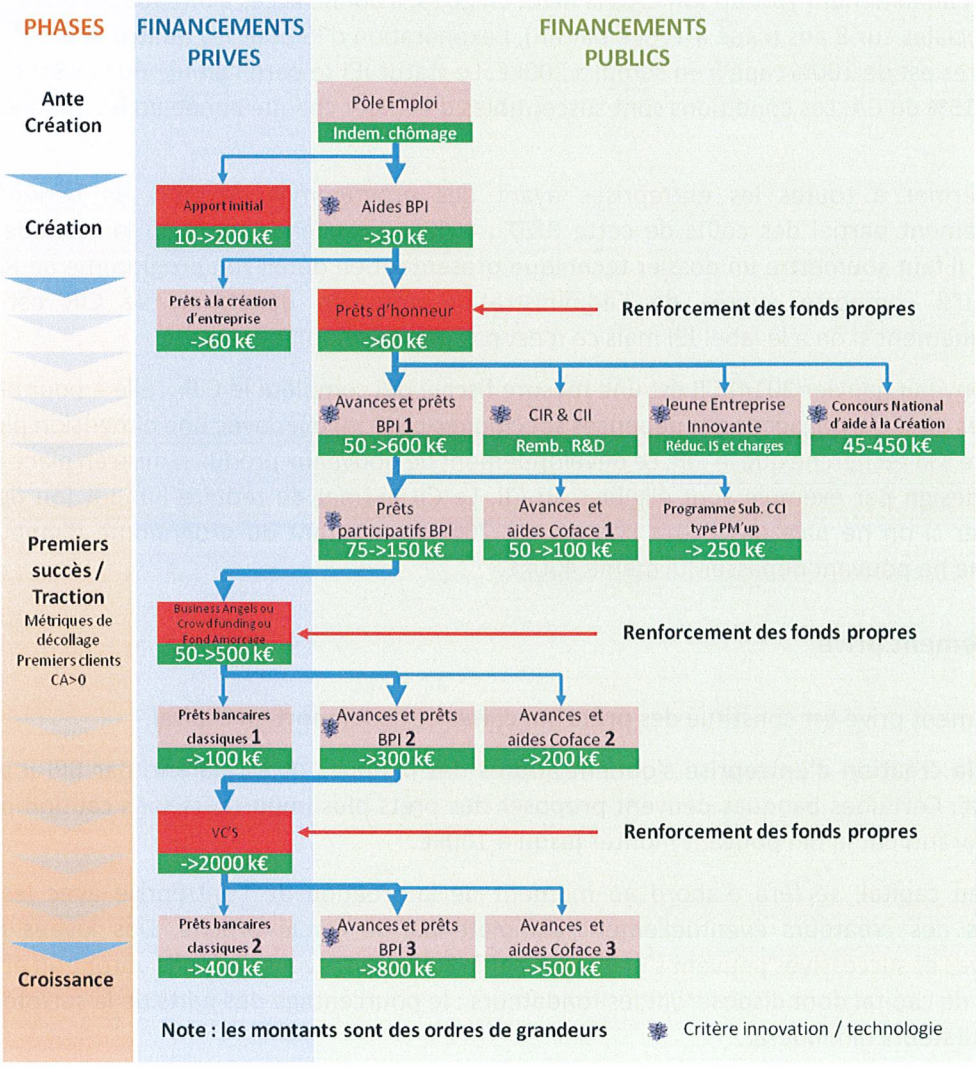
Un **parcours réussi** est un parcours au bout duquel **l'entreprise a réussi à se développer** en ayant obtenu un maximum de financement et un **minimum de dilution** pour l'équipe des fondateurs.

Il s'agira pour l'entrepreneur de solliciter les dispositifs dans la bonne séquence et au bon moment de la vie de l'entreprise. Le schéma ci-dessous présente la succession des étapes à suivre au cours du développement de l'entreprise.

Les deux principes à respecter pour réussir son parcours de financement sont :

1. Avoir un maximum de fonds propres au moment de solliciter les aides publiques, en effet le montant que l'on peut obtenir ne peut dépasser le montant des fonds propres.
2. Avoir très vite des indicateurs objectifs de développement de l'entreprise sur son marché : traffic (pour un site internet), nombre de clients, pipe commercial fourni, idéalement croissance du chiffre d'affaires. Ces indicateurs permettront de convaincre des investisseurs et favoriseront également l'obtention des aides publiques.

Le cycle de financement idéal se fera donc en **alternant le renforcement des fonds propres** grâce aux prêts d'honneurs, **levées de fonds** ou résultats positifs des exercices intégrés dans les fonds propres **et la sollicitation immédiatement après des aides publiques**



(...)

2017 - AU CŒUR DE L'ECOSYSTEME NUMERIQUE LYONNAIS – totem.lyonfrenchtech.com

En 2018, le hub de l'écosystème numérique lyonnais verra le jour au cœur du quartier créatif et innovant à forte visibilité internationale de La Confluence. Le lieu Totem se construit aujourd'hui pour ouvrir 3 800m² dédiés à l'accélération des startups et à l'animation de l'écosystème, et plus particulièrement :

• **un lieu d'accélération** des startups en hyper-croissance et à internationalisation précoce,

• **un lieu de diffusion de l'innovation** auprès des startups, entreprises, grands comptes,

• **un lieu de référence européen** créateur de valeur, fabrique de Tech Champions internationaux,

• **un lieu d'accueil (co-working, hébergement d'entreprises, espaces de rencontres…) pour startups**, entrepreneurs, porteurs de projets, communautés, talents français et étrangers,

• **un lieu de vie**, de convivialité, ouvert au public, propices aux rencontres, aux animations, formations…

• **un lieu d'événementiel, de mise en réseau et de mise en visibilité nationale et internationale** des acteurs de l'ensemble de l'écosystème.

Les 3 grandes ambitions du lieu Totem

1. **Mettre l'entrepreneuriat (les startups) au cœur de l'écosystème d'innovation**, dans un bâtiment totem, véritable vitrine internationale alliant excellence, animation et convivialité.
2. Devenir un hub européen, où les **startups à fort potentiel** pourront trouver les meilleures conditions pour accompagner leur hyper-croissance, dans l'objectif d'en faire de futurs Tech champions internationaux.
3. Devenir le **catalyseur des initiatives French Tech** par une mise en réseau et une mise en visibilité nationale et internationale des acteurs de l'ensemble de l'écosystème.

Les fonctions du lieu Totem

• **Proposer une offre complète aux porteurs de projets ambitieux** : mûrir leur idée, accéder à des ressources clés, tester le marché, accélérer le développement, se préparer à l'international…

• **Décloisonner les différentes filières** et favoriser les passerelles avec les secteurs connexes au numérique.

• **Être un point d'entrée** auprès des autres pôles numériques et acteurs de l'innovation du territoire.

• **Faciliter les synergies** et mutualiser les outils et ressources présents dans l'écosystème.

• **Encourager la démarche d'innovation ouverte.**

• **Attirer des talents** et des projets entrepreneuriaux depuis l'international.

• **Proposer un événementiel varié et ambitieux.**

Le lieu Totem accueillera :

• 40 startups minimum en hébergement (accélération ou bureaux)

• 300 – 400 personnes présentes sur site en moyenne

Le lieu totem sera composé de deux espaces distincts et complémentaires :

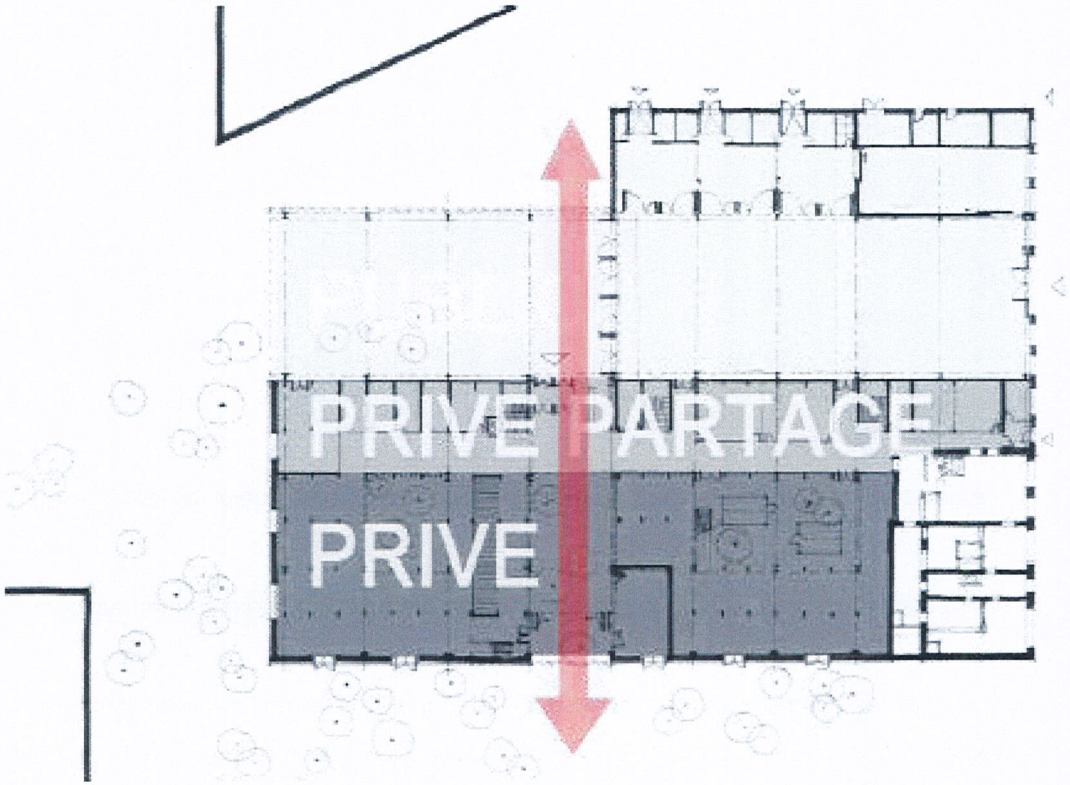
Un espace de type « tertiaire » dédié au développement des startups constitué d'environ 3 000 m² utiles :

- espaces d'accélération et d'hébergement de startup,
- espaces de co-working,
- espaces d'accueil,
- restauration,
- espaces de convivialité et d'échanges,
- salles de réunion communes…
- studio video web.

Un espace de 1 000 m² utiles dédié à l'évènementiel :

- espaces modulables,
- espace traiteur,
- rangement, logistique.

Les manifestations à organiser dans le lieu (petits salons, conférences, réceptifs, démos…) contribueront à « l'image » et au «caractère innovant» véhiculés par le lieu Totem de la French Tech lyonnaise.



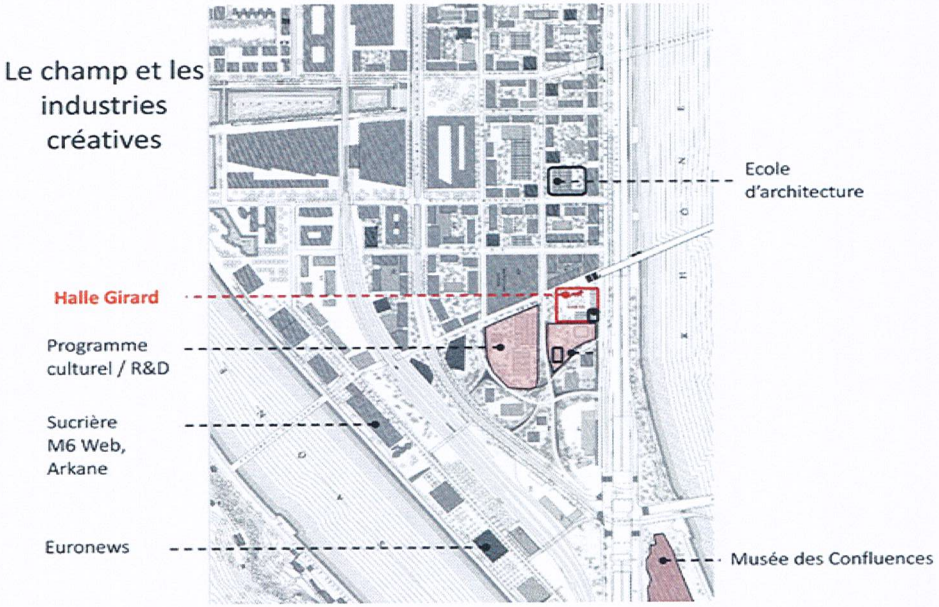
La Halle Girard, témoin du passé industriel de la Confluence

Située sur les quais du Rhône, la Halle Girard faisait partie d'un vaste ensemble industriel, composé de bâtiments qui occupaient plusieurs ilots de la partie sud de la Confluence le long du quai Perrache, et dont, avec la halle caoutchouc elle reste le principal vestige. Ces bâtiments étaient caractéristiques de la construction industrielle au 19ème siècle : leurs murs périphériques en pierre étaient peu percés, ils étaient couverts par des sheds d'une hauteur homogène, qui faisaient largement pénétrer la lumière naturelle par des châssis vitrés tournés au nord.

La Halle Girard apparaît sur les plans à partir de 1857. À cette époque elle était occupée par la Maison chevalier, qui exerçait une activité de chaudronnerie et de mécanique, sur une surface d'environ 4 000 m². Reprise en 1904 par la société Paul Dulac et Nas, c'est de cette époque que date la construction de l'immeuble de bureaux et de l'atelier nord et de la façade caractéristique du bâtiment sur le quai, comme l'atteste le médaillon qui surplombe le grand portail. Cette façade était destinée à montrer à l'époque l'importance de l'entreprise et à permettre son identification parmi les ensembles industriels du quartier.

En 1924, le site s'étend à l'ouest et profite du raccordement ferroviaire, avant de décliner à partir des années 1930.

Le lieu Totem au cœur de la ZAC Lyon Confluence



La Confluence est un des projets urbains majeurs en France et en Europe. Il fait partie des 4 pôles urbains stratégiques d'immobilier tertiaire conduit par le Grand Lyon. Il porte sur la reconversion de friches industrielles, logistiques, portuaires situées au cœur de Lyon, confluent du Rhône et de la Saône.

Lyon Confluence a pour vocation de doubler le centre-ville historique vers le sud.

Ce projet urbain unique bénéficie d'un emplacement stratégique, d'une exigence urbaine et architecturale, et d'une ambition forte portée par la collectivité.

Marquée par l'ambition environnementale et la qualité architecturale, la première phase (côté Saône) est en voie d'achèvement et le projet a entamé sa deuxième phase (côté Rhône). 1 million de m² seront construits ; ce nouvel ensemble immobilier prévoit d'accueillir 25 000 emplois et 16 000 habitants à terme.

L'identité économique de ce territoire s'articule autour de :

- l'innovation : 1er Quartier Durable WWF en France. Cœur de la french tech. Laboratoire et vitrine de la smart city, la Confluence accueille de nombreuses initiatives environnementales (en particulier le partenariat avec le NEDO japonais),
- la mixité et la créativité : dans un environnement de premier choix (bords de Saône) le quartier accueille déjà nombre de médias et d'entreprises culturelles et de la communication,
- développement durable : les transports en commun et modes doux sont privilégiés.

Véritable pôle d'échange, la Confluence bénéficie d'une desserte de centre-ville :

- TGV/TER et métro à Perrache, pôle d'échanges multimodal à l'entrée nord du quartier,
- gare routière,
- autoroute A6/A7,
- 2 lignes de trams,
- à 15 minutes de la Part-Dieu et à 25 minutes d'Eurexpo en Tram,
- à 5 minutes de Bellecour en métro.

De nombreuses sociétés ont d'ores et déjà choisi de s'implanter dans ce quartier innovant d'avenir : Euronews, GL Events, M6Web, Deloitte, SNCF, GDF-Suez, Eiffage, Arkane studios…

Quartier étudiant, La Confluence accueille depuis la rentrée 2015 l'Université Catholique et l'École d'architecture d'Odile Decq. L'École supérieure des métiers artistiques sera livrée en 2017.