

Les industries culturelles et créatives :
tour d'horizon du secteur en
Belgique et à l'étranger

Table des matières

Soutien Européen	2
Bruxelles	6
Données économiques et emploi	6
Soutien public aux ICC	7
Transition économique et environnementale	9
Rayonnement	9
Innovation	10
Flandre	12
Données économiques et emploi	12
Soutien public aux ICC	13
Transition économique et environnementale	16
Rayonnement	17
Innovation	19
Wallonie	21
Données économiques et emploi	21
Soutien public aux ICC	21
Transition économique et environnementale	23
Rayonnement	23
Innovation	24
Eindhoven	25
Données économiques et emploi	25
Soutien public aux ICC	26
Transition économique et environnementale	26
Rayonnement	27
Innovation	28
Lille	29
Données économiques et emploi	29
Soutien public aux ICC	29
Transition économique et environnementale	30
Rayonnement	30
Innovation	32
Hambourg	33

Données économiques et emploi	33
Soutien public aux ICC.....	33
Transition économique et environnementale	34
Rayonnement.....	35
Innovation.....	36
Helsinki : focus Gaming	37
Données économiques et emploi	37
Soutien public aux ICC.....	38
Transition économique et environnementale	41
Rayonnement.....	41
Innovation.....	42
Barcelone	43
Données économiques et emploi	43
Soutien public aux ICC.....	43
Transition économique et environnementale	44
Rayonnement.....	44
Innovation.....	45
Suisse	48
Données économiques et emploi	48
Soutien public aux ICC.....	48
Transition économique et environnementale	49
Rayonnement.....	49
Innovation.....	50
Maroc	51
Données économiques et emploi	51
Soutien public aux ICC.....	51
Transition économique et environnementale	55
Rayonnement.....	55
Innovation.....	56
Montréal et Québec	58
Données économiques et emploi	58
Soutien public aux ICC	59
Transition économique et environnementale.....	63
Rayonnement	63
Innovation	67

Sénégal	69
Données économiques et emploi	69
Soutien public aux ICC	69
Transition économique et environnementale.....	69
Rayonnement	71
Innovation	72
Conclusion	73

Auteurs :

Beaudelot Jeremy

Haegheman Daphne

Les industries culturelles et créatives ont émergé comme un pilier essentiel de l'économie mondiale, façonnant nos modes de vie, stimulant l'innovation et contribuant de manière significative à la croissance économique. Ainsi, celui-ci contribue à 3% du PIB mondial en générant plus de 2.200 milliards de dollars chaque année¹.

Ce secteur dynamique englobe un large éventail d'activités dont il n'est pas toujours aisé de circonscrire le périmètre. Dans le cadre de cette étude – et sauf précisions contraires dans le texte – la délimitation du secteur se rapporte à celle se trouvant dans l'étude « L'impact économique des industries culturelles et créatives dans la Région de Bruxelles-Capitale² » et comprend : l'audiovisuel ; le software et les jeux vidéo ; la musique, les arts du spectacle et les arts visuels ; les livres et la presse ; la publicité et le marketing ; le design et la mode ; la culture, l'art et le patrimoine ; l'organisation d'événements ; l'architecture ; la photographie.

Bien consciente de l'impact et des opportunités offerts par le secteur, la Région de Bruxelles-Capitale a mis en place diverses initiatives³ dont l'une est la mise en place, au sein de hub.brussels, d'une plateforme spécifiquement dédiée à ce secteur. Par ailleurs, dans le cadre de la stratégie régionale « Shifting Economy », une mesure prévoit la nécessité de « définir un programme d'actions propice au déploiement de l'économie créative⁴ ». Celui-ci a ensuite été décliné en objectifs opérationnels dont celui d'organiser un benchmark de prospection dans le but d'identifier des actions pertinentes menées par d'autres écosystèmes ICC. Cette mission a été confiée à la BU Research de hub.brussels.

Ce sont ensuite les membres de la plateforme qui ont identifié les écosystèmes et les thématiques à étudier avant que cela ne soit validé par le comité de direction. Ainsi, ce sont 11 écosystèmes (en plus de Bruxelles) qui ont été choisis : la Wallonie et la Flandre pour l'aspect national, Lille, Eindhoven et Hambourg pour les pays voisins, Barcelone, Helsinki et la Suisse pour l'Europe et enfin le Maroc, le Québec et le Sénégal pour les destinations plus lointaines.

En ce qui concerne les critères étudiés, elles sont au nombre de cinq : les données économiques et d'emploi, le soutien public aux ICC, la transition économique et environnementale, le rayonnement et l'innovation.

L'étude qui suit est parvenue à réunir des informations sur l'ensemble des zones définies à l'exception de la Côte d'Ivoire malgré des tentatives répétées de prises de contact avec des acteurs du pays. Par ailleurs, pour plus de cohérence et de faciliter de lecture, un chapitre spécifiquement consacré au soutien européen au secteur ouvre cette étude.

¹ L'Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture, « Année internationale de l'économie créative au service du développement durable », <https://fr.unesco.org/commemorations/international-years/creativeeconomy2021#:~:text=L'%C3%A9conomie%20cr%C3%A9ative%20est%20l, trouver%20p artout%20dans%20le%20monde>. (page consultée le 21 décembre 2023)

² KOMOROWSKI, M., « L'impact économique des industries culturelles et créatives dans la Région de Bruxelles-Capitale », *SMIT (Studies on Media, Innovation and Technology)*, Octobre 2020, P.7

³ Celles-ci seront détaillées plus loin dans l'étude

⁴ shifting economy.brussels, « Stratégie régionale de transition économique 2022 – 2030 », P.129

Soutien Européen

Selon l'Union européenne, les secteurs culturels et créatifs comprennent tous les secteurs dont les activités sont basées sur des valeurs culturelles ou d'autres expressions artistiques créatives individuelles ou collectives⁵. Ils comprennent des secteurs tels que l'architecture, le livre et l'édition, le secteur audiovisuel, la musique et les arts du spectacle.

Le principal soutien aux industries culturelles et créatives est le programme "Europe Creative", dont l'orientation générale est arrêtée au sein d'une feuille de route intitulée « Europe Créative 2021-2027 » qui succède au plan 2014-2020⁶. Ce programme a vu ses moyens augmentés de 1,47 milliard à 2,44 milliards d'euros afin de remplir ses deux objectifs principaux :

- « préserver, développer et promouvoir la diversité et le patrimoine culturels et linguistiques européens;
- accroître la compétitivité et le potentiel économique des secteurs de la culture et de la création, en particulier du secteur de l'audiovisuel »⁷.

De plus, en comparaison avec le « plan 2014-2020 », celui couvrant la période 2021-2027 a pour principales nouveautés :

- « accent davantage porté sur la création transnationale et l'innovation;
- accès plus aisé au financement grâce à des taux de cofinancement plus élevés (niveaux de contribution accrus d'Europe Creative aux projets);
- soutien axé sur la coopération à l'échelle de l'UE afin de rendre le secteur audiovisuel européen plus compétitif au niveau mondial;
- programme de mobilité pour les artistes et les professionnels;
- actions ciblant les besoins de secteurs créatifs spécifiques, tels que la musique, l'architecture et le patrimoine culturel »⁸.

Ce programme général est divisé en trois volets : Culture, Media et Transsectoriel.

Le volet Culture⁹ encourage la coopération et l'innovation entre les organisations et les artistes au sein de l'Union européenne et au-delà. Le programme soutient **l'architecture, le**

⁵ Commission Européenne, « Culture et création », <https://culture.ec.europa.eu/fr/cultural-and-creative-sectors/cultural-and-creative-sectors> (page consultée le 21 novembre 2023)

⁶ Commission Européenne, « A propos du programme Europe créative », <https://culture.ec.europa.eu/fr/creative-europe/about-the-creative-europe-programme> (page consultée le 21 novembre 2023)

⁷ *Ibid.*,

⁸ *Ibid.*,

⁹ Commission européenne, « Europe créative — volet Culture », <https://culture.ec.europa.eu/fr/creative-europe/creative-europe-culture-strand> (page consultée le 21 novembre 2023)

patrimoine culturel, le design, la littérature et l'édition, la musique et les arts du spectacle.
Les objectifs du programme peuvent être définis comme suit :

- « *Encourager la création et l'innovation artistique*
- *Soutenir la promotion et la distribution de contenus européens en Europe et au-delà*
- *Aider les artistes à trouver des opportunités de création et de représentation au-delà des frontières*
- *Stimuler la transition numérique et environnementale des secteurs européens de la culture et de la création ».*

Au sein de ce « volet », différentes possibilités de financement et différents réseaux sont disponibles (voir les conditions de candidature <https://culture.ec.europa.eu/fr/creative-europe/creative-europe-culture-strand>) :

Le **programme MEDIA¹⁰** de l'Europe créative a lui aussi divers objectifs :

- « Encourager la coopération tout au long de la chaîne de valeur du secteur audiovisuel et au niveau de l'UE afin de développer les entreprises et les contenus européens à l'échelle mondiale;
- Cultiver les talents — d'où qu'ils viennent — et faciliter le partage des connaissances;
- Soutenir des solutions innovantes pour répondre aux demandes et aux tendances du marché;
- Dialoguer avec les publics de tous âges, en particulier les jeunes générations ».

Dans cette nouvelle stratégie 2021-2027, les priorités s'articulent autour de 4 pôles :

Contenu: Reflet des valeurs européennes et de sa diversité, les œuvres européennes sont reconnues et récompensées sur la scène mondiale. Chaque année, MEDIA soutient le **développement de plus de 400 films, séries télévisées, documentaires et jeux vidéo européens**. Il s'agit notamment de mettre l'accent sur les actions qui ont une forte valeur ajoutée en ce qui concerne le renforcement de la coopération transfrontalière entre les producteurs et les développeurs de contenu, ainsi que la stimulation de l'innovation en termes de contenu, de modèles commerciaux et de technologie. Ces différentes actions sont axées sur le codéveloppement, le développement d'un catalogue, le développement de mini-catalogues, le contenu télévisuel et en ligne et les jeux vidéo et le développement de contenus immersifs¹¹.

Entreprises: Ce pôle promeut l'innovation commerciale, l'évolutivité et les talents dans la chaîne de valeur de l'industrie audiovisuelle européenne. Ces opportunités sont centrées sur

¹⁰ Commission européenne, « Europe créative — volet Media », <https://culture.ec.europa.eu/fr/creative-europe/creative-europe-media-strand> (page consultée le 21 novembre 2023)

¹¹ Commission européenne, « Pôle Contenus », <https://culture.ec.europa.eu/fr/creative-europe/creative-europe-media-strand/content-cluster> (page consultée le 21 novembre 2023)

les talents et les compétences des médias européens, les marchés et la mise en réseau, les ventes et la distribution de films européens, les outils et les modèles commerciaux innovants, et MEDIA 360. Chaque année, le volet MEDIA soutient la **formation de plus de 2 400 professionnels** ainsi que la **promotion et la distribution de plus de 300 œuvres audiovisuelles**¹².

Publics: Le pôle « Publics » vise à mettre en relation les œuvres audiovisuelles européennes à leur public et soutient le développement de l'audience à travers l'Europe et au-delà. Chaque année, MEDIA **soutient plus de 1 100 cinémas dans 34 pays et touche 65 millions de personnes au-delà des frontières**. Ces opportunités de financement sont à destination des festivals européens, des réseaux de cinémas, des films en circulation, du sous-titrage de contenu culturel, le développement du public et l'éducation cinématographique, ainsi que les réseaux et les opérateurs de vidéo à la demande¹³.

Politiques: Une approche européenne commune des principales questions de politique audiovisuelle est essentielle pour consolider le marché unique européen de l'audiovisuel. Les actions et les objectifs spécifiques sont centrés sur un dialogue réglementaire, le partage d'analyses et de données, des renseignements prospectifs sur les tendances, la consultation des parties prenantes, des activités de promotion et de sensibilisation¹⁴.

Le volet transsectoriel¹⁵ quant à lui vise à renforcer la collaboration entre les différents secteurs de la culture et de la création, afin de les aider à relever les défis communs auxquels ils sont confrontés et à trouver de nouvelles solutions innovantes. Cet objectif est atteint notamment grâce à la coopération politique, aux services fournis par les bureaux Europe Créative et au laboratoire d'innovation créative.

Ce volet se décline en **trois types de soutien** :

- Celui au **secteur des médias d'information** qui cherche à promouvoir une **collaboration sectorielle transfrontière** entre les professionnels des médias d'information en Europe; à **stimuler le partage de bonnes pratiques** en matière de transformation collaborative des entreprises et à encourager la collaboration de journalistes en élaborant des normes, de nouveaux modèles commerciaux, des programmes de formation, des régimes de financement **et d'autres activités visant à promouvoir un journalisme de qualité**.
- **Aux solutions numériques innovantes pour les secteurs de la culture et de la création** qui vise, grâce à l'action du laboratoire d'innovation créative, à **inciter les acteurs des différents secteurs de la culture et de la création à concevoir et à tester des solutions numériques innovantes** ayant une incidence positive à long terme et à **faciliter la**

¹² Commission européenne, « Pôle Entreprises », <https://culture.ec.europa.eu/fr/creative-europe/creative-europe-media-strand/business-cluster> (page consultée le 21 novembre 2023)

¹³ Commission européenne, « Pôle Publics », <https://culture.ec.europa.eu/fr/creative-europe/creative-europe-media-strand/audience-cluster> (page consultée le 21 novembre 2023)

¹⁴ Commission européenne, « Pôle Politiques », <https://culture.ec.europa.eu/fr/creative-europe/creative-europe-media-strand/policy-support-cluster> (page consultée le 21 novembre 2023)

¹⁵ Commission européenne, « Volet Transsectoriel », <https://culture.ec.europa.eu/fr/creative-europe/cross-sectoral-strand> (page consultée le 21 novembre 2023)

création d'outils, de modèles et de méthodes innovants et proches du marché pour le secteur audiovisuel et au moins un autre secteur créatif ou culturel.

- **Aux Bureaux Europe Créative** qui sont chargés de fournir des informations sur le programme et de le promouvoir dans leur pays; de porter assistance aux secteurs de la culture et de la création en ce qui concerne le programme et de fournir des informations de base sur les autres possibilités d'aide; de stimuler la coopération transfrontière dans les secteurs de la culture et de la création; de fournir une assistance concernant les secteurs de la culture et de la création dans les pays participant au programme; d'aider la Commission à assurer la communication et la diffusion adéquates des résultats et des incidences du programme; d'assurer la communication et la diffusion des informations concernant les financements octroyés et les résultats obtenus dans les pays participants.

En plus du programme mentionné ci-dessus, il existe d'autres programmes d'auteurs, comme Erasmus +, Horizon ou Interreg, qui proposent également des financements pour des projets ICC, mais les programmes ne sont pas spécifiques au secteur.

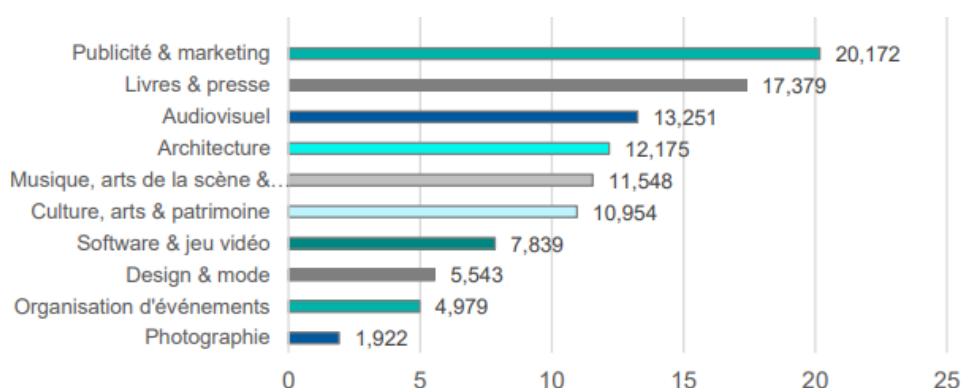
Bruxelles

Cultural employment by NACE rev.2 activity (EUROSTAT) ¹⁶ (x1000)					
	2018	2019	2020	2021	2022
Belgique	204,6	204,6	214	210,3	210

Données économiques et emploi

Le secteur des ICC est un acteur de l'économie régionale de plus en plus important puisqu'il a généré en 2020, 13,1 milliards d'euros de chiffre d'affaires et 3,47 milliards d'euros en valeur ajoutée net (3,9% du total bruxellois)¹⁷.

Le secteur des ICC bruxellois, composé, en 2021, de **84.000 travailleurs salariés** et de **17.000 indépendants**, représente 15% de la main-d'œuvre bruxelloise, ce qui en fait **le second pourvoyeur d'emploi** à Bruxelles, après le secteur formé par l'administration publique, la défense et la sécurité sociale¹⁸. Cela représente une augmentation constante de 4 à 10% par an. Ceux-ci sont répartis par sous-secteurs comme suit :



Ces chiffres de l'emploi salarié se répartissent entre **22.000 entreprises** dont la quasi-totalité sont de petites et très petites structures (96,3%), une minorité étant de taille moyenne (2,9%), et 170 grandes ou très grandes (0,8%)¹⁹.

Au sein de cette industrie culturelle et créative, c'est « **la publicité et le marketing** » qui est le sous-secteur qui pourvoit au plus grand nombre d'emplois suivi par les « **livres et la presse** » et « **l'audiovisuel** »²⁰. Les employeurs d'importance sont la VRT et la RTBF, RTL Belgium et Videohouse pour **l'audiovisuel**, JCDecaux et Clearchannel pour **la publicité**, Test Achat,

¹⁶ Eurostat, "Cultural employment by NACE Rev. 2 activity"

https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/CULT_EMP_N2/default/line?lang=en

¹⁷ KOMOROWSKI M., "Update study: The economic impact of the cultural and creative sectors in the Brussels-Capital Region and the diversity of the workforce", *Studies in Media, Innovation and Technology*, Février 2022, p. 6

¹⁸ *Ibid.*, P.6

¹⁹ *Ibid.*, P.9

²⁰ KOMOROWSKI M., *Op. Cit.*, p. 14

Mediafin et Rossel et Cie dans **le secteur des livres et de la presse**, le Palais des Beaux-Arts et Point Culture dans **le secteur de la culture, des arts et du patrimoine**, ainsi que la Société belge des auteurs compositeurs et éditeurs et Brussels Philharmonic dans le secteur **de la musique, du spectacle vivant et des arts visuels**²¹.

Soutien public aux ICC²²

Bien conscients de l'importance grandissante du secteur pour le développement économique régional, les pouvoirs publics multiplient les initiatives de soutien aux ICC.

Le Réseau des Arts à Bruxelles (RAB) et le Brussels Kunstenoverleg (BKO) sont deux ASBL, plateformes de concertation du secteur culturel bruxellois. Si les deux structures sont distinctes, elles se veulent aujourd'hui une seule et même **plateforme de dialogue et de réflexion**, un **centre de ressources** et un **interlocuteur** pour tout ce qui concerne les **enjeux de la culture à Bruxelles**²³. L'objectif est de contribuer à l'élaboration d'une **vision globale** pour la culture à Bruxelles, stimuler le **partage d'idées et d'opinions** et encourager la mise en place d'une **politique culturelle concertée** et adaptée à la réalité de la capitale de l'Europe²⁴. Pour mener à bien l'ensemble de ses actions, ces deux associations sont **financées** comme suit. Le **RAB** reçoit **40.000 euros** par an de la **FWB** (subvention structurelle), **15.000 euros** (en 2022) de la **COCOF** et **30.000 euros** (en 2022) de la **Région bruxelloise**. Quant au **BKO**, celui-ci bénéficie de **76.220 euros** (en 2022) de la **VGC** et **30.000 euros** (en 2022) de la **Région bruxelloise**. En plus de cela, les adhérents paient une cotisation annuelle de 50 euros²⁵.

Le cluster play.brussels²⁶, créé au sein de hub.brussels, est dédié aux entreprises bruxelloises actives dans la **production audiovisuelle**, mais aussi dans le **clip vidéo**, le **podcast** ou encore le **jeu vidéo**. Celui-ci permet un **accompagnement individuel et collectif des entreprises** sur des sujets variés (juridique, finances, business,...), des formations collectives, de la mise en réseau et une aide à la prospection de nouveaux clients et partenaires en Belgique et à l'étranger lors de nombreux salons et événements belges et internationaux.

Concernant le soutien spécifique à l'**audiovisuel**, la Région de Bruxelles-Capitale investit dans le contenu de projets à hauteur de **3 millions** d'euros par an via **screen.brussels**²⁷. Tout type

²¹ KOMOROWSKI M., *Op. Cit.*, p. 14

²² Pour voir l'ensemble des acteurs présents sur la scène des ICC bruxelloises, voir l'annexe 1 avec le "mapping" réalisé par creative.hub

²³ Point Culture, « RAB, Réseau des arts à Bruxelles », <https://www.pointculture.be/partenaires/reseau-des-arts-a-bruxelles/> (page consultée le 13 décembre 2023)

²⁴ *Ibid.*,

²⁵ Le Réseau des Arts à Bruxelles (RAB), le Brussels Kunstenoverleg (BKO), « Rapport d'activités 2022 », https://rabbko.be/uploads/3_Rapport-dactivit%C3%A9s-2022.pdf (page consultée le 13 décembre 2023)

²⁶ hub.brussels, « Lancement de play.brussels, cluster audiovisuel... mais pas que. », <https://hub.brussels/fr/blog/nouveau-cluster-play-brussels/> (page consultée le 07/09/2023)

²⁷ Screen.brussels, « screen.brussels : A propos », <https://screen.brussels/fr/propos> (page consultée le 24 janvier 2024)

de production (films, séries, documentaires...) est éligible tant qu'il respecte le cahier des charges détaillé dont, notamment, le fait que les dépenses soient effectuées à Bruxelles²⁸.

Le Fonds d'investissement St'Art²⁹ propose des solutions de financement pour les acteurs des industries culturelles et créatives en Wallonie et à Bruxelles. Lancé en 2009 et actif depuis 2010, ce fond est financé par la Région Wallonne, la Fédération Wallonie-Bruxelles et, depuis 2014, par la Région de Bruxelles-Capitale qui investit au-travers de [finance&invest.brussels](https://financeinvest.brussels). Doté d'un capital de 37 millions d'euros, ce fonds permet de soutenir des projets soit via un prêt soit via une prise de participation. En 2022, 72 entreprises faisaient partie du portefeuille.

L'appel à projets Crea.brussels, lancé par la Région de Bruxelles-Capitale chaque année, a pour objectif de **soutenir les produits ou services à haute valeur créative et culturelle** démontrant un potentiel de développement et une viabilité économique tout en s'inscrivant dans la transition économique de la Région. Une attention particulière est en effet portée à la mise en valeur de pratiques durables d'un point de vue économique, écologique et social. Peut y participer, afin d'obtenir un soutien financier allant de 10.000 à 30.000 euros, tout acteur économique (SRL, ASBL, indépendants, individus inscrits dans une coopérative d'activités,...) actif dans l'un des domaines suivants : architecture, artisanat, arts numériques, arts plastiques (y compris graphiques), design (produit et communication), édition, mode et textile, activités muséales, musique, patrimoine et photographie³⁰. En **2023**, c'est un montant total de **390.063 euros** qui a été octroyé à **22 projets**.

Le budget « culture »³¹ de la Fédération Wallonie-Bruxelles s'élevait, en 2021, à **741,9 millions** d'euros. Si l'on soustrait les dotations à la RTBF (308 millions d'euros) et à la COCOF (10 millions d'euros), restent 414 millions dispensés à plus de 4.000 bénéficiaires³² (centres culturels, cinémas, musique, livres, patrimoine,...).

Le budget socioculturel de la VGC s'élevait en 2022 à 2,329 millions d'euros³³.

Par ailleurs, il est important de préciser que **l'ASBL Cultuurloket** dont le but est de promouvoir l'esprit d'entreprise et la professionnalisation dans le secteur culturel flamand et de faciliter l'accès à des financements supplémentaires afin de stimuler et de soutenir l'esprit d'entreprise durable dans ce secteur est, bien que financée exclusivement par le gouvernement flamand, également active à Bruxelles. Ainsi, les entreprises basées en Région bruxelloise peuvent bénéficier de ses services. Pour plus d'informations sur cette ASBL, voir la partie « Soutien public aux ICC » de la Flandre.

²⁸ Screen.brussels, « Règlement de screen.brussels », <https://screen.brussels/fr/reglement-de-screenbrussels> (page consultée le 24 janvier 2024)

²⁹ St'Art Invest, « L'Invest des Créateurs », <https://www.start-invest.be/fr/>, (page consultée le 07/09/2023)

³⁰ Bruxelles Economie et Emploi, « Appel à projets : Crea.brussels », <https://economie-emploi.brussels/appel-projets-crea-2023> (page consultée le 17 janvier 2024)

³¹ Fédération Wallonie-Bruxelles, « Focus Culture 2021 », Novembre 2021, p. 75

³² *Ibid.*, p. 76

³³ RTBF, « Bruxelles : la VGC débloque une enveloppe totale de 2,3 millions pour le réseau socio-culturel », <https://www.rtbf.be/article/bruxelles-la-vgc-debloque-une-enveloppe-totale-de-23-millions-pour-le-reseau-socio-culturel-10903672> (page consultée le 20 décembre 2023)

Transition économique et environnementale

La Région de Bruxelles-Capitale a lancé, en 2022, une vaste Stratégie Régionale de Transition Economique, aussi appelée « **Shifting Economy** », qui vise à mettre en place, **d'ici 2030**, 224 mesures permettant « *la transformation progressive des activités économiques bruxelloises dans la perspective de contribuer aux défis sociaux et environnementaux locaux et mondiaux, ainsi qu'à la création et au maintien d'emploi de qualité pour les Bruxellois* »³⁴.

Au sein de cette stratégie, ce sont pas moins de **11 mesures**³⁵ qui sont spécifiquement dédiées aux industries culturelles et créatives :

- Pérenniser l'appel à projet Crea.brussels (création)
- Soutenir les entreprises des ICC via des prêts ou des prises de participation (scale-up / développement)
- Soutenir la Recherche, Développement et Innovation dans le champs des ICC
- Réorganiser les clusters pour un accompagnement optimal des ICC
- Recentrer le Mad.brussels sur l'accompagnement dans les domaines de la mode et du design
- Permettre aux Makers de devenir des entrepreneurs en ICC
- Renforcer les liens entre les ICC et l'activité touristique et événementielle bruxelloise
- Inclure les enjeux d'innovation, de durabilité et d'inclusion dans les critères d'évaluation des appels à projets
- Inclure les enjeux d'innovation, de durabilité et d'inclusion dans les pratiques et offres d'accompagnement au niveau des clusters et du Mad.brussels
- Développer une plateforme des industries culturelles et créatives, un outil de rassemblement, de visibilité, de concertation et d'information
- Renforcer le soutien aux industries actives dans les secteurs audiovisuels

Rayonnement

Le Cultural and Creative Cities Monitor³⁶ situe Bruxelles, au sein du groupe des villes de plus d'un million d'habitants (au nombre de vingt-quatre), à la quinzième place en ce qui concerne

³⁴ shifting economy.brussels, « Résumé exécutif de la Stratégie Régionale de Transition Economique 2022 – 2030 », p. 3

³⁵ shifting economy.brussels, « Stratégie régionale de transition économique 2022 – 2030 », P.129

³⁶ Cet outil mis en place par la Commission Européenne permet de « comparer » les villes européennes selon un certain nombres de critères regroupés sous 3 piliers : **Cultural Vibrancy** (Sites et monuments, Musées et galeries d'art, Cinémas, Salles de concert et de musique, Théâtres, Nuitées touristiques, Visiteurs de musées, Fréquentation des cinémas et Satisfaction à l'égard des équipements culturels) / **Creative Economy** (Emplois dans le domaine des arts, de la culture et du divertissement, Emplois dans les médias et la communication, Emplois dans d'autres secteurs créatifs, Demandes de brevets dans le

la « cultural vibrancy », à la quatorzième place en termes de « creative economy » et à la troisième pour ce qui est de « l’Enabling Environment ». Cela mène Bruxelles, au classement général du « Cultural and Creative Cities Index », à la dixième place parmi les villes de ce niveau de population.

Innovation

Le European Heritage Hub est un projet-pilote lancé au printemps 2023, pour une durée de deux ans, par la Commission européenne afin de renforcer le mouvement visant à **préserver l’héritage culturel européen**. Ce projet va mobiliser des experts et des ressources des 4 coins de l’Europe (dont la KUL). Plus concrètement, il s’agit d’une plateforme de partage de connaissances, de mise en réseau, de formation, de renforcement des capacités et de défense des intérêts des acteurs du patrimoine culturel, aux niveaux européen, national et régional. Le centre favorisera également l’analyse, le développement et la défense des politiques, établira des liens avec les initiatives existantes au niveau de l’UE et lancera des campagnes de communication et de sensibilisation sur la sauvegarde du patrimoine culturel³⁷.

Aussi, Innoviris, l’organisme public qui finance et soutient la recherche et l’innovation en Région de Bruxelles-Capitale, a bien compris l’intérêt du secteur et a consacré, dès 2019, un rapport à la manière de « *contribuer à la durabilité et à la diversification des industries culturelles et créatives à Bruxelles* »³⁸. Celui-ci faisait ressortir 4 enseignements pour poursuivre le développement du secteur en RBC.

- Créer un organe de coordination culturelle qui chapeauterait les différentes structures institutionnelles bruxelloises touchant au monde des activités culturelles et créatives (la VGC, la COCOF, la Région de Bruxelles-Capitale et les 19 communes).
- Créer un guichet de promotion et d’information culturelle qui soit multilingue (NL, FR, EN) afin de renforcer et de promouvoir l’offre culturelle spécifique de Bruxelles et faciliter l’accès des artistes aux informations relatives au secteur culturel de Bruxelles.

domaine des TIC, Demandes de modèles communautaires, Emplois dans les nouvelles entreprises du secteur des arts, de la culture et du divertissement, Emplois dans les nouvelles entreprises de médias et de communication et Emplois dans les nouvelles entreprises des autres secteurs créatifs) / **Enabling Environment** (Diplômés en arts et sciences humaines, Diplômés en TIC, Résultats moyens dans les classements des universités, Diplômés étrangers, Population née à l’étranger, Tolérance à l’égard des étrangers, Intégration des étrangers, Confiance des personnes, Accessibilité aux vols de passagers, Accessibilité par la route, Accessibilité par le rail et Qualité de la gouvernance). Ces 29 indicateurs sont tous évalués pour ensuite permettre de situer une ville par rapport aux autres soit sur base de leur population, du PIB par habitant ou du taux d’emploi. Pour retrouver le classement complet, voir le tableau Excel joint en annexe.

³⁷ Commission Européenne, “European Heritage Hub: a new project to strengthen the cultural heritage-driven movement in Europe”, 13 février 2023, <https://culture.ec.europa.eu/news/european-heritage-hub-a-new-project-to-strengthen-the-cultural-heritage-driven-movement-in-europe> (page consultée le 27 octobre 2023)

³⁸ Innoviris.brussels, « Comment contribuer à la durabilité et à la diversification des industries créatives et culturelles à Bruxelles ? », *Recommandations politiques dans le cadre du programme « Prospective Research »*, 2019

- Rendre les conseils consultatifs et d'évaluation des différentes administrations liées au domaine de la culture à Bruxelles plus représentatifs de la diversité bruxelloise, et ce, en particulier du côté du Gouvernement flamand et de la COCOF.
- Valoriser et soutenir les nouvelles initiatives et artistes émergents en transformant quelques-uns des nombreux bâtiments vides de Bruxelles en espaces de travail où les artistes pourraient expérimenter et créer³⁹.

Plus récemment, ce même organisme prônait l'innovation au sein des ICC au-travers du prisme de la cohésion sociale et de l'inclusion. En effet, selon les auteurs, « *dans ce sous-domaine (les ICC) viennent se positionner les technologies de réalité virtuelle, d'animation, le storytelling innovant avec pour objectif de faire évoluer la société dans sa perception du monde, des enjeux sociétaux. Ces outils doivent permettre une meilleure inclusion également et donc tous les outils permettant à des personnes handicapées d'accéder aux mêmes droits que les autres personnes sont également soutenues dans ce sous domaine* »⁴⁰.

Aussi, il est intéressant de mentionner **l'ASBL Gluon** qui développe une plateforme qui maximise les collaborations et les confrontations entre les acteurs du monde académique, artistique, de la société civile et étudiantin. Plus concrètement, l'asbl facilite et soutient les résidences d'artistes dans les départements R&D des entreprises et des instituts de recherche d'une part, et les résidences de scientifiques dans les ateliers d'artistes d'autre part afin d'obtenir des idées, des services et des produits innovants⁴¹.

³⁹ *Ibid.*, P6

⁴⁰ Innoviris, « Plan Régional pour l'Innovation : Stratégie de Spécialisation intelligente 2021-2027 », P. 29

⁴¹ Gluon, « A propos », <https://gluon.be/fr/a-propos/> (page consultée le 17 janvier 2024)

Flandre

Données économiques et emploi⁴²

L'emploi en Flandre

Selon une étude réalisée par Flanders DC, le Département de l'économie et de l'innovation, l'Agence pour l'innovation et l'entrepreneuriat et la Région flamande, **6,17% du nombre total** de personnes travailleurs salariés en Flandre sont actives dans le secteur créatif⁴³. Au total, en 2021, **181.674 employés à temps plein** étaient actifs dans le secteur créatif en Flandre. Le nombre de salariés à temps plein a augmenté de 34 % entre 2009 et 2021. Le **nombre d'indépendants** a augmenté de **176 %**.

La pandémie a eu un impact négatif majeur sur le secteur créatif en 2020 et 2021. Néanmoins, plusieurs tendances sont perceptibles au sein du secteur créatif entre les années 2009 et 2021.

- Les équivalents temps plein employés ont le plus augmenté dans le sous-secteur des **relations publiques, du cinéma et de la communication**, avec une augmentation de 19.023 employés à temps plein. Les secteurs du design et des arts visuels sont également importants avec des augmentations respectives de 6.686 employés et 6.589 employés. À l'autre extrémité, se trouvent les médias (tant numériques que papier), la mode et le patrimoine. Ces secteurs ont connu des baisses respectives de 4.087, 3.221 et 249 employés.
- **C'est en design que la proportion d'indépendants a le plus augmenté** (+12.625 indépendants), suivi par la publicité, la communication et les relations publiques (+9.148) et l'architecture (+5.205).
- **La province d'Anvers** compte le plus grand nombre d'ETP employés dans le secteur créatif (58.420), suivie de la Flandre orientale (38.562), du Brabant flamand (32.939), de la Flandre occidentale (30.696) et du Limbourg (21.057).
- Les villes centrales comptant le plus grand nombre d'ETP employés dans le secteur créatif sont Anvers (17.829), Gand (8.029) et Malines (2.616).

Valeur ajoutée et autres chiffres⁴⁴

⁴² A noter que dans sa définition du secteur ICC, Flanders DC prend en considération les relations publiques

⁴³ VLAIO, " Culturele en creatieve sectoren barometer", [https://www.vlaio.be/nl/begeleiding-advies/start/starten-de-culturele-en-creatieve-sectoren/culturele-en-creatieve-sectoren#:~:text=Het%20aandeel%20van%20de%20creatieve,de%20Vlaamse%20economie%20\(Vlaams%20Gewest\)&text=187.196%20werkzame%20VTE's%2C%206%2C62,aantal%20zelfstandigen%20in%20Vlaams%20Gewest.&text=11%2C88%25%20\(%E2%82%AC75,totale%20omzet%20van%20Vlaams%20Gewest](https://www.vlaio.be/nl/begeleiding-advies/start/starten-de-culturele-en-creatieve-sectoren/culturele-en-creatieve-sectoren#:~:text=Het%20aandeel%20van%20de%20creatieve,de%20Vlaamse%20economie%20(Vlaams%20Gewest)&text=187.196%20werkzame%20VTE's%2C%206%2C62,aantal%20zelfstandigen%20in%20Vlaams%20Gewest.&text=11%2C88%25%20(%E2%82%AC75,totale%20omzet%20van%20Vlaams%20Gewest)

⁴⁴ VLAIO, " Culturele en creatieve sectoren barometer", [https://www.vlaio.be/nl/begeleiding-advies/start/starten-de-culturele-en-creatieve-sectoren/culturele-en-creatieve-sectoren#:~:text=Het%20aandeel%20van%20de%20creatieve,de%20Vlaamse%20economie%20\(Vlaams%20Gewest\)&text=187.196%20werkzame%20VTE's%2C%206%2C62,aantal%20zelfstandigen%20in%20Vlaams%20Gewest.&text=11%2C88%25%20\(%E2%82%AC75,totale%20omzet%20van%20Vlaams%20Gewest](https://www.vlaio.be/nl/begeleiding-advies/start/starten-de-culturele-en-creatieve-sectoren/culturele-en-creatieve-sectoren#:~:text=Het%20aandeel%20van%20de%20creatieve,de%20Vlaamse%20economie%20(Vlaams%20Gewest)&text=187.196%20werkzame%20VTE's%2C%206%2C62,aantal%20zelfstandigen%20in%20Vlaams%20Gewest.&text=11%2C88%25%20(%E2%82%AC75,totale%20omzet%20van%20Vlaams%20Gewest)

Le secteur créatif représente **5,24 %** (13,8 milliards d'euros) de la **valeur ajoutée brute** de la région flamande et **11,4 % (67,7 milliards d'euros) du chiffre d'affaires total de la région flamande en 2021**. Entre 2009 et 2021, la valeur ajoutée brute a augmenté de 57 % et le chiffre d'affaires de 32 %. Certaines tendances peuvent également être observées. La valeur ajoutée brute a augmenté le plus en termes nominaux dans le design (+1,7 milliard d'euros), suivi par la communication, la publicité et les relations publiques (+1,5 milliard d'euros) et l'architecture (+742 millions d'euros). Les médias numériques et imprimés ainsi que le patrimoine ont connu une baisse (respectivement -256 millions d'euros et -4,8 millions d'euros).

Le chiffre d'affaires a augmenté le plus en design (+7,8 milliards d'euros), suivi par la **mode** (+2,9 milliards d'euros) et la **publicité, les communications et les relations publiques** (+2,5 milliards d'euros). Les médias numériques et imprimés ainsi que le patrimoine ont connu une baisse (respectivement -673 millions d'euros et -7,5 millions d'euros).

Soutien public aux ICC

La Flandre a une grande tradition d'investissement dans le secteur culturel et ce, sur divers niveaux : provincial, régional, belge et européen⁴⁵.

Au niveau régional, le soutien au secteur est principalement assuré par le VLAIO et le Département de la culture, de la jeunesse et des médias (CJM). **Le VLAIO** soutient l'entrepreneuriat dans le secteur du design et de la mode par l'intermédiaire de **Flanders DC** et coordonne la plupart des subventions octroyées. **Le CJM**⁴⁶ est responsable, entre autres, de la mise en œuvre de la politique des arts, des médias et du patrimoine du gouvernement flamand. Il coordonne les subventions qui peuvent être demandées dans le cadre du décret sur les arts.

Le secteur culturel flamand va bénéficier, via le gouvernement régionale, sur une période de cinq ans (2023 -2027), d'un montant de **141.894.860 euros** de subventions⁴⁷. Ce montant est réparti entre **225 organisations différentes**. En plus de ce montant, 7 grandes institutions artistiques reçoivent ensemble une subvention d'un peu moins de 54 millions d'euros : **L'Ancienne Belgique, Brussels Philharmonic, Concertgebouw Brugge, De Fil Harmonie, De Singel, Kunsthuis et Vooruit**.

Par ailleurs, il existe aussi l'ASBL **Cultuurloket** qui vise à promouvoir l'esprit d'entreprise et la professionnalisation dans le secteur culturel flamand et à faciliter l'accès à des financements supplémentaires afin de stimuler et de soutenir l'esprit d'entreprise durable dans ce secteur⁴⁸.

s%20Gewest)&text=187.196%20werkzame%20VTE's%2C%206%2C62,aantal%20zelfstandigen%20in%20Vlaams%20Gewest.&text=11%2C88%25%20(%E2%82%AC75,totale%20omzet%20van%20Vlaams%20Gewest.

⁴⁵ Flanders DC, "Bij wie kan je terecht voor ondersteuning?"

<https://www.flandersdc.be/nl/mode/gids/landschap/ondersteuning>

⁴⁶ Vlaanderen, "Departement Jeugd, cultuur, en media", <https://www.vlaanderen.be/cjm/nl/cultuur>

⁴⁷ Radio 1, "Vlaanderen trekt jaarlijks 141 miljoen euro uit voor cultuur"

<https://radio1.be/lees/vlaanderen-trekt-jaarlijks-141-miljoen-euro-uit-voor-cultuur>

⁴⁸ Cultuurloket, "Jaarverslag 2022", Mai 2023, P. 5

Partant du constat de l'importance et de la complexité croissante (numérique, globalisation,...) des industries culturelles et créatives, cette association de première ligne se veut « une boussole et un partenaire » pour les acteurs du secteur, c'est-à-dire un lieu de rencontre pour l'échange, l'apprentissage et l'inspiration⁴⁹. Pour se faire, les tâches principales de Cultuurloket sont les suivantes⁵⁰:

- « Mettre en commun les connaissances et formuler des avis sur les questions juridiques et commerciales et sur le financement complémentaire du secteur culturel flamand ;
- Dévoiler les connaissances et fournir des conseils aux acteurs professionnels – tant individus qu'organisations – du secteur culturel flamand ;
- Organiser des projets de formation et d'éducation et mettre en place des processus de mise en relation pour professionnaliser le secteur culturel en termes commerciaux et promouvoir l'entrepreneuriat durable ;
- La mise en réseau avec des organisations de soutien du secteur culturel (locales, flamandes et internationales)⁵¹. »

Pour mener à bien l'ensemble de ses missions, l'association, basée au Kaaitheater, Place Saintelette à Bruxelles, est composée de 13,5 ETP. Pour financer ces emplois (ainsi que l'ensemble des activités), Cultuurloket est subsidié par le gouvernement flamand via un contrat de gestion qui couvre la période 2023 à 2027⁵². Cela permet à l'ASBL de conseiller, en moyenne 4 687 clients et accueille 3 857 participants par an aux formations dispensées par le Comptoir de la culture.

JuistlsJuist

JuistlsJuist est une organisation qui se porte garante de principes et de pratiques clairs et équitables pour les collaborations dans le secteur artistique, couvrant tous les différents principes tels que, par exemple, la rémunération des employés et des artistes. L'organisation se veut une plateforme de connaissances avec une boîte à outils qui cherche à promouvoir un partenariat équitable. L'organisation fonctionne en deux parties : d'une part, un cadre de lignes directrices avec des principes généraux et des accords et, d'autre part, une boîte à outils que tout le secteur peut utiliser⁵³.

VAF

Le Fonds audiovisuel (VAF) soutient le secteur professionnel de l'audiovisuel et des jeux en Flandre. Il a pour fonction de subventionner les créations audiovisuelles flamandes et offre

⁴⁹ *Ibid.*, P. 5

⁵⁰ Pour voir l'ensemble des actions menées en 2022, voir le rapport d'activités, page 9 à 45

⁵¹ *Ibid.*, P. 5

⁵² A titre indicatif, en 2022, le subside s'élevait à 1,51 million d'euros. En plus de cela, en 2021, un subside exceptionnel de 350.000 euros fut octroyé pour lutter contre les effets du Covid-19. La somme non-utilisée a pu être reportée l'année suivante. Ainsi, en 2023, l'ASBL bénéficiera encore de 36.000 euros venant de cette enveloppe supplémentaire.

⁵³ JuistlsJuist, « Waarde van werk subventions » <https://www.juistisjuist.be/waarde-van-werk/>

une formation et un accompagnement sous la forme d'ateliers et de subventions. Trois fonds sont regroupés sous l'égide générale du VAF ⁵⁴:

- VAF/Film Fund
- VAF/Fonds Média
- VAF/Fonds pour les jeux

En outre, le VAF effectue également certaines missions pour le fonds cinématographique économique Screen Flanders.

Dons VAF/Film Fund pour 2022⁵⁵

- Soutien à la création pour 10,9 millions d'euros
- Soutien à la création - fonds de relance pour 5,5 millions d'euros
- Promotion et communication pour 0,82 million d'euros
- Développement des talents pour 0,6 million d'euros
- Développement des talents - fonds de relance pour 0,1 million d'euros
- Activités publiques pour 4,3 millions d'euros
- Relations publiques - fonds de relance pour 0,35 millions d'euros
- Frais de fonctionnement pour 1,98 millions d'euros
- Promotion screen flanders pour 0,045 millions d'euros

Dons VAF/Mediafonds pour 2022⁵⁶

- Soutien à la création pour 5,87 millions d'euros
 - o Fiction pour 3,08 millions d'euros
 - o Documentaire pour 0,82 million d'euros
 - o Animation pour 0,82 million d'euros
 - o Laboratoire d'innovation pour 0,4 million d'euros
 - o Coopération flamande-néerlandaise pour 0,5 million d'euros
 - o Création audio/podcasts pour 0,25 million d'euros
- Soutien à la création - excédent pour 0,87 million d'euros
- Soutien à la création - fonds de relance pour 5,2 million d'euros
- Promotion pour 0,22 million d'euros
- Développement des talents pour 0,22 million d'euros
- Développement des talents - fonds de relance pour 0,1 million d'euros
- Frais de fonctionnement pour 0,72 million d'euros

Compléments fonds VAF/jeu pour 2022⁵⁷

- Soutien à la création pour 1,74 millions d'euros
- Jeux éducatifs pour 0,4 million d'euros

⁵⁴ VAF, "Jaarverslagen", <https://www.vaf.be/files/Jaarverslagen/VAF-jaarverslag-2022.pdf>

⁵⁵ *Ibid.*,

⁵⁶ *Ibid.*,

⁵⁷ *Ibid.*,

- Jeux artistiques et de divertissement pour 1,34 million d'euros
- Soutien à la création - fonds de relance supplémentaires pour 0,7 million d'euros
- Initiatives complémentaires pour le secteur des jeux pour 0,23 million d'euros
- Frais de fonctionnement pour 0,33 million d'euros

Transition économique et environnementale

Dans le domaine de l'entreprise durable, le partage des connaissances est particulièrement important. Grâce à la plateforme **MVO Vlaanderen**⁵⁸ (Corporate Social Responsibility Flanders), des connaissances spécifiques sont partagées sur divers secteurs de la région flamande, y compris le secteur créatif et notamment : le secteur de la mode, le secteur des festivals et de la musique, etc....

MVO Vlaanderen est une initiative du gouvernement flamand et plus précisément du département du travail et de l'économie sociale. La plateforme en ligne et l'organisation se veulent un point de départ et de rencontre pour toute entreprise ou personne intéressée par la **responsabilité sociale des entreprises**. Différents outils sont mis à la disposition de l'entreprise pour transformer le concept en réalité⁵⁹.

- L'actualité autour de la RSE est affichée sur le site web et diffusée par le biais d'une lettre d'information. Divers événements sont également communiqués via le calendrier.
- L'information sur le site est accessible à partir de différents thèmes et secteurs, grâce à une fonction de recherche affinée.
- Possibilité de trouver des bonnes pratiques et des études de cas inspirantes, ainsi que divers outils et analyses permettant d'identifier les défis d'une organisation en matière de RSE..
- La possibilité de composer un dossier d'information personnalisé et de le télécharger au format PDF.
- Les précurseurs de la RSE peuvent partager les expériences de leur organisation (sur la carte de la Flandre).
- Chroniques d'invités.
- Informations sur la politique et les **possibilités de subvention** du gouvernement flamand.

Pulse Transition Network

La plateforme Pulse Transition Network est une initiative importante dans le domaine de la durabilité et de la transition. Cette organisation relie un total d'environ 1 000 organisations et individus des secteurs de la culture, de la jeunesse et des médias qui souhaitent se concentrer sur des alternatives durables au modèle de société actuel. Cette initiative est une réponse

⁵⁸ Vlaanderen, « MVO Vlaanderen », <https://www.mvovlaanderen.be/>

⁵⁹ Vlaanderen, "MVO Vlaanderen, about us", <https://www.mvovlaanderen.be/over-onze-organisatie>

politique à la demande d'une contribution plus écologique à l'entrepreneuriat flamand et a été incluse dans la lettre de politique 2009-2014. Il est également possible de faire le lien avec une nouvelle initiative, Samendurable, au niveau de la Région bruxelloise⁶⁰. **SamenDurable**⁶¹ est une initiative des réseaux bruxellois RAB/BKO, Musées de Bruxelles, La Concertation, qu'ils développent en étroite collaboration avec les partenaires de contenu EventChange et Pulse Transit Network. La plateforme se concentre sur l'échange d'informations et la coopération transversale sur la transition climatique pour et par les acteurs culturels bruxellois sur le territoire bruxellois.

Fondation Tomorrowland

Mentionnons également la fondation Tomorrowland⁶² qui soutient des associations sans but lucratif et qui donnent aux jeunes la possibilité de s'exprimer à travers la musique, la danse et la confiance en soi. Pour ce faire, elle soutient différents projets à visée sociale dans le monde.

Projets en cours :

- École de musique et d'art en Inde
- Écoles mobiles dans 34 pays différents
- École de musique et d'art au Népal
- École de musique et d'art au Brésil

Rayonnement

La **plateforme Flanders DC**⁶³ (Flanders District of Creativity) était auparavant une plateforme au sein de laquelle différents sous-secteurs se réunissaient et via laquelle des informations sur les différentes subventions et les événements pour les entreprises du secteur créatif étaient rassemblées. **Depuis 2023**, la plateforme a changé d'orientation et **se concentre** désormais principalement sur le **secteur de la mode et du design** afin de promouvoir ce secteur à l'avenir. L'objectif principal de la plateforme est de permettre à différentes entreprises de se rencontrer, par le biais de conseils donnés lors de journées d'experts, de laboratoires et du collectif vert. Des conseils sur mesure sont également proposés. Via l'outil, **Kopiloot**, les entreprises peuvent **contacter différents professionnels** du secteur si un soutien leur est nécessaire, tels que des comptables, des avocats ou des experts financiers. Flanders DC est une plateforme très populaire en ligne, en partie grâce aux nombreuses collaborations et mentions dans études et stratégies du gouvernement. C'est également le nom le plus souvent cité dans la presse sous la rubrique 'secteur créatif'.

De plus, la Flandre est également citée par l'Union européenne comme un exemple de région dotée d'un secteur créatif et culturel progressif. Ainsi, le Cultural and Creative Cities Monitor

⁶⁰ PTN, "Over Pulse", <https://www.pulsenetwerk.be/over-pulse>

⁶¹ PTN, "Samendurable netwerk Brussel" <https://www.pulsenetwerk.be/nieuwslijst/samen-durable-netwerk-brussel>

⁶² Foundation Tomorrowland, "Tomorrowland foundation" <https://foundation.tomorrowland.com/>

⁶³ Flanders DC, "Supporting Design and fashion", <https://www.flandersdc.be/nl>

prend en compte dans son classement six villes flamandes : Anvers, Gand, Ostende, Bruges, Courtrai et Louvain.

- A propos d'Anvers, au sein du groupe des villes comptant entre 500.000 et 1.000.000 d'habitants (au nombre de trente-trois), le classement la situe à la treizième place en ce qui concerne la « cultural vibrancy », à la dix-huitième place en termes de « creative economy » et à la sixième pour ce qui est de « l'Enabling Environment ». Cela mène Anvers, au classement général du « Cultural and Creative Cities Index », à la treizième place au sein de ce groupe
- Concernant Gand, au sein du groupe des villes entre 250.000 et 500.000 habitants (au nombre de quarante-quatre), le Cultural and Creative Cities Monitor situe la ville à la septième place en ce qui concerne la « cultural vibrancy », à la onzième place en termes de « creative economy » et à la sixième pour ce qui est de « l'Enabling Environment ». Cela mène Gand, au classement général du « Cultural and Creative Cities Index », à la quatrième place au sein de ce groupe. Gand – « **ville de musique UNESCO⁶⁴** » depuis 2009 - est internationalement reconnue pour sa scène musicale dynamique. Parmi les principaux festivals, citons le Festival de Flandre (de la musique classique à la musique du monde), le Festival international du film de Gand et le Festival de jazz de Gand, qui compte parmi les meilleurs du genre.
- Quant à Ostende, au sein du groupe des villes entre 50.000 et 250.000 habitants (au nombre de 95), le Cultural and Creative Cities Monitor situe la ville à la vingtième place en ce qui concerne la « cultural vibrancy », à la quarante-neuvième place en termes de « creative economy » et à la vingt-quatrième pour ce qui est de « l'Enabling Environment ». Cela mène Ostende, au classement général du « Cultural and Creative Cities Index », à la vingt-et-unième place au sein de ce groupe.
- Concernant Bruges, au sein du groupe des villes entre 50.000 et 250.000 habitants (au nombre de 95), le Cultural and Creative Cities Monitor situe la ville à la dixième place en ce qui concerne la « cultural vibrancy », à la vingt-et-unième place en termes de « creative economy » et à la cinquante-cinquième pour ce qui est de « l'Enabling Environment ». Cela mène Bruges, au classement général du « Cultural and Creative Cities Index », à la douzième place au sein de ce groupe.
- Pour Courtrai, au sein du groupe des villes entre 50.000 et 250.000 habitants (au nombre de 95), le Cultural and Creative Cities Monitor situe la ville à la vingt-neuvième place en ce qui concerne la « cultural vibrancy », à la huitième place en termes de « creative economy » et à la douzième pour ce qui est de « l'Enabling Environment ».

⁶⁴ L'Unesco a créé un réseau (celui des villes créatives) où les celles-ci sont mises en avant en fonction de certaines spécificités culturelles et/ou créatives : la musique, la littérature, le design, les films, l'artisanat,... C'est un réseau où la coopération et le partage d'expériences et de connaissances sont essentiels pour faire de la créativité un levier du développement urbain et imaginer des solutions nouvelles pour faire face à des défis communs. Le Réseau des villes créatives de l'UNESCO offre en ce sens des opportunités inédites aux villes pour, à partir de processus d'apprentissage par des pairs et de collaborations, tirer pleinement parti de leurs atouts créatifs et bâtir sur cette base un développement durable, inclusif et équitable sur les plans économique, culturel, environnemental et social.

Cela mène Courtrai, au classement général du « Cultural and Creative Cities Index », à la quatorzième place au sein de ce groupe. Par ailleurs, la ville fait partie du réseau des **villes créatives** de l'Unesco⁶⁵ en ce qui concerne **le design**. Cela est notamment dû au fait que la ville accueille un grand nombre de salons et d'évènements liés à cette discipline qui attirent dans la région un public international de professionnels. **La Biennale Intérieur**, manifestation majeure du design créatif contemporain et de l'innovation dans l'habitat, a accueilli 70 000 visiteurs venus de plus de 50 pays lors de sa dernière édition⁶⁶. Par ailleurs, afin de renforcer l'impact du design et de l'innovation sur le développement local, la ville a créé le **Designregio Courtrai**, un réseau de partenaires de l'industrie du design, du milieu universitaire et du gouvernement local qui a déjà mis en place plusieurs initiatives, allant de la mise en relation de PME locales avec des entreprises de design nationales et internationales à la transformation de bâtiments vacants du centre-ville en ateliers destinés aux start-up créatives, en passant par le lancement de projets innovants et créatifs dans l'espace public⁶⁷.

- Enfin, à propos de Louvain, au sein du groupe des villes entre 50.000 et 250.000 habitants (au nombre de 95), le Cultural and Creative Cities Monitor situe la ville à la trente-septième place en ce qui concerne la « cultural vibrancy », à la deuxième place en termes de « creative economy » et à la première pour ce qui est de « L'Enabling Environment ». Cela mène Louvain, au classement général du « Cultural and Creative Cities Index », à la cinquième au sein de ce groupe. Par exemple, **Leuven MindGate** est une nouvelle initiative de l'industrie de la connaissance de la ville et de la municipalité visant à positionner la région de Louvain au niveau international comme une destination de choix dans les domaines de la santé, de la haute technologie et de la créativité.

Innovation

L'innovation est incluse dans plusieurs notes stratégiques du gouvernement flamand, notamment en ce qui concerne spécifiquement le secteur créatif et culturel puisqu'une subvention existante - **Innovatieve culturele partnerprojecten** - vise à encourager une nouvelle coopération intersectorielle entre les acteurs culturels et les acteurs non culturels. Elle fournit aux candidats les ressources et le temps nécessaires pour explorer de nouveaux sujets et de nouvelles questions par le biais de projets innovants.

L'objectif de cette coopération est de partager l'expertise, l'infrastructure ou les réseaux des partenaires, créant ainsi des effets d'entraînement qui peuvent aider le secteur culturel et d'autres secteurs à développer ou à produire de nouvelles réalisations à l'avenir. Cette

⁶⁵ Voir la Flandre pour les explications

⁶⁶ L'Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture, « Réseau des villes créatives, Courtrai », <https://fr.unesco.org/creative-cities/courtrai> (page consultée le 21 décembre 2023)

⁶⁷ *Ibid.*,

subvention est disponible pour les entreprises et les organisations et varie entre 7.000 et 20.000 euros par projet⁶⁸.

Un projet partenaire doit être composé d'au moins deux partenaires, dont au moins un partenaire culturel et au moins un partenaire non culturel d'un autre secteur. Une combinaison d'un ou plusieurs partenaires culturels et d'un ou plusieurs partenaires non culturels est également possible. Les partenaires culturels et les partenaires non culturels peuvent avoir différentes formes d'organisation ou être une personne physique. Il y a quelques exceptions : les projets de fin d'études, les doctorats financés et la recherche universitaire ne sont pas éligibles, de même que les travaux de restauration et les projets déjà en cours au moment de la candidature⁶⁹.

Le montant de la subvention peut varier. La subvention peut être accordée pour une durée maximale de trois ans et est limitée à 80.000 euros. La subvention moyenne est d'environ 25.000 euros par an. Une condition importante est la suivante : Le projet en question ne peut pas bénéficier d'une double subvention et la contribution propre du/des partenaire(s) non culturel(s) est au minimum de 25 % des coûts totaux⁷⁰.

⁶⁸ Vlaio, 'Innovatieve culturele partnerprojecten', <https://www.vlaio.be/nl/subsidies-financiering/subsidiedatabank/innovatieve-culturele-partnerprojecten>

⁶⁹ Vlaio, 'Innovatieve culturele partnerprojecten »', <https://www.vlaio.be/nl/subsidies-financiering/subsidiedatabank/innovatieve-culturele-partnerprojecten>

⁷⁰ Vlaio, 'Innovatieve culturele partnerprojecten »', <https://www.vlaio.be/nl/subsidies-financiering/subsidiedatabank/innovatieve-culturele-partnerprojecten>

Wallonie

Données économiques et emploi

Une étude de **2014** (la dernière en date concernant le secteur pour la Wallonie) qui établit un périmètre des ICC similaires à l'étude de laquelle sont tirés les chiffres bruxellois présente les chiffres suivants. Le secteur est composé de **42.000 postes** (4,1% de l'emploi salarié) réparti au sein de **6.000 employeurs** (7,4% du total régional). Concernant les **indépendants**, ils étaient **16.000** en Wallonie en 2014. Pour ce qui est de l'importance des sous-secteurs (en termes d'emploi salarié), c'est **l'enseignement culturel** (16,3%) qui devance **la mode** (15,1%) et le secteur **des livres et de la presse** (14,8%). A propos de **l'emploi indépendant**, c'est **l'architecture** (24,6%) qui arrive en tête suivi par le **design** (15,7%) et les **livres et presse** (15,1%).

Ces différents chiffres permettaient au secteur de porter le **chiffre d'affaires à 6,9 milliards**⁷¹ d'euros (4,4% du total régional) et la **valeur ajoutée brute à 3 milliards d'euros**.

Soutien public aux ICC

Entre 2013 et 2015, la Wallonie a été nommée **District Créatif Européen** par la Commission afin de devenir l'un des deux « démonstrateurs » de stratégies politiques concernant la créativité⁷² (avec la Toscane) suite à un appel à projet auquel ont répondu 44 régions européennes. Celui-ci visait à « *à mettre en évidence le rôle que les ICCs (Industries Créatives et Culturelles) peuvent jouer dans la transformation d'une région en transition industrielle en ajoutant de la valeur à son économie par le design, la créativité et l'apport de collaborations* ».

⁷¹ Via un calcul effectué avec les chiffres fournis par Statbel, pour l'année **2022**, le chiffre d'affaires montait à **9,33 milliards d'euros**. Celle-ci se base sur les catégories NACE suivantes : 14.1 Fabrication de vêtements, autres qu'en fourrure / 14.2 Fabrication d'articles en fourrure / 14.3 Fabrication d'articles à mailles / 15.1 Apprêt et tannage des cuirs - préparation et teinture des fourrures - fabrication d'articles de voyage, de maroquinerie et de sellerie / 15.2 Fabrication de chaussures / 18.1 Imprimerie et services annexes / 18.2 Reproduction d'enregistrements / 31.0 Fabrication de meubles / 32.1 Fabrication d'articles de joaillerie, bijouterie et articles similaires / 32.2 Fabrication d'instruments de musique / 32.4 Fabrication de jeux et jouets / 47.6 Commerce de détail de biens culturels et de loisirs en magasin spécialisé / 58.1 Édition de livres et périodiques et autres activités d'édition / 58.2 Édition de logiciels / 59.1 Activités cinématographiques, vidéo et de télévision / 59.2 Enregistrement sonore et édition musicale / 60.1 Édition et diffusion de programmes radio / 60.2 Programmation de télévision et télédiffusion / 62.0 Programmation, conseil et autres activités informatiques / 63.9 Autres services d'information / 70.2 Conseil de gestion / 71.1 Activités d'architecture et d'ingénierie / 73.1 Publicité / 74.1 Activités spécialisées de design / 74.2 Activités photographiques / 74.3 Traduction et interprétation / 77.2 Location et location-bail de biens personnels et domestiques / 82.3 Organisation de salons professionnels et congrès / 90.0 Activités créatives, artistiques et de spectacle / 93.2 Activités récréatives et de loisirs.

⁷² Service Public Wallon Economie, « La politique des hubs créatifs wallons au cœur des projets Creadis3 et RCIA », Novembre 2019, P. 2

trans-sectorielles, de manière à lui permettre d'aboutir à un positionnement fort dans les chaînes de valeurs globalisées⁷³ ».

A la suite de cela, en mars 2014, un **réseau de « hub créatifs »** a été lancé en Wallonie afin d'offrir à l'ensemble de la Région des services d'accompagnement à l'entrepreneuriat dans le secteur des industries culturelles et créatives spécifiquement. Existants grâce au soutien financier du fonds européen régional de développement (FEDER), ces 9 hubs (Wallonie Picarde, Mons, Charleroi, Brabant-Wallon, Namur, Liège, Seraing, Verviers et Luxembourg⁷⁴) ont pour missions « *d'inspirer, accompagner, faire rencontrer et faire collaborer des porteurs de projet, entrepreneurs et futurs entrepreneurs en Wallonie afin de leurs apporter des clefs dans le développement et la réalisation de leur projet entrepreneurial⁷⁵* ». A partir de 2017 et des premiers résultats, des retours d'expérience, de la **confrontation avec ce qui se fait à l'étranger⁷⁶**, une feuille de route pour les années suivantes a été établie. Celle-ci préconisait la mise en place de **6 mesures⁷⁷** :

- Evaluer l'impact des hubs créatifs wallons
- Organiser la collaboration entre les hubs créatifs et les pouvoirs publics wallons
- Organiser la collaboration entre les entités fédérées belges sur le sujet de l'innovation ouverte et des industries créatives
- Elaborer un nouveau modèle pour les hubs créatifs wallons
- Renforcer le potentiel des hubs créatifs et des industries créatives dans le cadre de la Stratégie de Spécialisation Intelligente de la Wallonie
- Soutenir les industries culturelles et créatives au sein des hubs créatifs

Les premiers résultats, publiés en mai 2020⁷⁸, précisent que **33 projets** ont été **soutenu** à hauteur de **53 millions d'euros**. Par ailleurs, plusieurs recommandations sont incluses dans ce document :

⁷³ Région Wallonne, « Wallonie-2020.EU, La Stratégie wallonne pour une croissance intelligente durable et inclusive en partenariat avec l'Union Européenne, Programme opérationnel FEDER Version 9.0 », 19/08/2021, P. 230, https://europe.wallonie.be/sites/default/files/PO_FEDERWallonie_2014BE16RFOP003_V9.0_clean.pdf (page consultée le 20 octobre 2023),

⁷⁴ Hubs créatifs de Wallonie, « Les Hubs Wallons », <https://hubscreatifs.be/index.php/les-hubs-wallons/> (page consultée le 20 octobre 2023)

⁷⁵ Whap's hub, « La communauté des hubs », <https://www.wapshub.be/la-communaute-des-hubs/#:~:text=La%20mission%20des%20hubs%20cr%C3%A9atifs,r%C3%A9alisation%20de%20leur%20projet%20entrepreneurial> (page consulté le 20 octobre 2023)

⁷⁶ Il pourrait être intéressant de prendre contact avec le réseau wallon pour obtenir les résultats de ce benchmark.

⁷⁷ Pour plus d'informations sur chacune de ces mesures, *op. cit.*, , « La politique des hubs créatifs wallons au cœur des projets Creadis3 et RCIA ».

⁷⁸ REID Consulting – INNO TSD, « Évaluation d'impact du programme Creative Wallonia (sélection d'actions) et des Hubs Créatifs wallons : Résumé exécutif », Louvain-la-Neuve, Mai 2020, <https://economie.wallonie.be/sites/default/files/Re%CC%81sume%CC%81%20exe%CC%81cutif%20%28200720%29.pdf>

- Garder et renforcer une place pour la stimulation de l'innovation par la créativité, dont l'offre de test et de prototypage, dans le dispositif wallon de soutien à l'activité économique et à l'innovation
- Intégrer les actions de soutien à la créativité dans un pilotage stratégique au niveau régional
- Développer des 'business models' pour assurer la pérennité des interventions tout en assurant une synergie avec ce qui relève de l'offre privée
- Augmenter les compétences en créativité via la structuration de l'offre de formation et de conseil en techniques de créativité au niveau régional
- Renforcer le soutien au secteur ICC en tant que moteur d'une économie plus créative, d'une part en soutenant le croisement entre le secteur des ICC et des technologies digitales et d'autre part, en maintenant un dispositif de financement pour les projets innovants des ICC
- Maintenir les initiatives de type plateformes d'innovation en apportant des modifications aux modèles opérationnels et une plus grande attention à l'impact de leurs services en matière d'innovation

Si certains beaux succès sont à souligner sur cette période⁷⁹, les résultats et les retours d'expérience obtenus ont permis une réflexion qui découle sur « *une réforme visant à clarifier son rôle (aux hubs créatifs) et ses services au sein du paysage de l'accompagnement économique et à l'innovation* ». Un nouveau cahier des charges à respecter pour ces lieux a vu le jour en mars 2021⁸⁰.

Transition économique et environnementale

Étant donné le peu d'informations trouvés sur la transition économique, la durabilité et la cohésion sociale dans le secteur ICC, aucun projet spécifique n'est mentionné ici.

Rayonnement

Le Cultural and Creative Cities Monitor prend en compte dans son classement trois villes wallonnes : Liège, Mons et Namur.

Concernant Liège, au sein du groupe des villes entre 250.000 et 500.000 habitants (au nombre de quarante-quatre), le Cultural and Creative Cities Monitor situe la ville à la vingt-cinquième place en ce qui concerne la « cultural vibrancy », à la vingt-deuxième place en termes de

⁷⁹ SPW Economie, « What's hub ? Les plus belles histoires des hubs créatifs de Wallonie », Novembre 2021

⁸⁰ SPW Economie, « Réforme des plateformes d'innovation : refonte et évolution du modèle "hub créatif" », Mars 2021

« creative economy » et à la cinquième pour ce qui est de « l’Enabling Environment ». Cela mène Liège, au classement général (des villes de cette population) du « Cultural and Creative Cities Index », à la vingt-deuxième place.

Quant à Mons, au sein du groupe des villes entre 50.000 et 250.000 habitants (au nombre de 95), le Cultural and Creative Cities Monitor situe la ville à la dix-neuvième place en ce qui concerne la « cultural vibrancy », à la soixante-deuxième place en termes de « creative economy » et à la dixième pour ce qui est de « l’Enabling Environment ». Cela mène Mons, au classement général (des villes de cette population) du « Cultural and Creative Cities Index », à la dix-neuvième place.

Enfin, à propos de Namur, au sein du groupe des villes entre 50.000 et 250.000 habitants (au nombre de 95), le Cultural and Creative Cities Monitor situe la ville à la quarante-deuxième place en ce qui concerne la « cultural vibrancy », à la quarantième place en termes de « creative economy » et à la vingtième pour ce qui est de « l’Enabling Environment ». Cela mène Namur, au classement général (des villes de cette population) du « Cultural and Creative Cities Index », à la trente-et-unième place. Par ailleurs, la ville fait partie du réseau des villes créatives de l’Unesco⁸¹ en ce qui concerne les arts numériques.

Innovation

Dans le cadre de la stratégie Europe 2020 qui vise « *une croissance durable, intelligente et inclusive* », différents « points de retard » ont été identifiés au-niveau de la Wallonie⁸². Pour y remédier, un document intitulé **Stratégie wallonne pour une croissance intelligente durable et inclusive en partenariat avec l’Union Européenne** a vu le jour. Au sein de celle-ci, l’un des axes prioritaires sur lequel la Région doit travailler est l’innovation. Il est explicitement précisé que les différents secteurs des industries créatives et culturelles doivent être des points d’appui essentiels pour la stimulation des dynamiques d’innovation et de création de valeur ajoutée au sein des Pôles de compétitivité.

Par ailleurs, se tient chaque année à Namur, le **festival international KIKK** (du nom de l’ASBL qui le chapeaute) mettant à l’honneur les **pratiques digitales au sens large** pendant plusieurs jours via des conférences, des découvertes d’œuvres et de prototypes⁸³... Ainsi, ce ne sont pas moins de **25.000 personnes** qui ont participé à l’édition 2023 intitulée « Bodies of Water ».

⁸¹ Voir la Flandre pour les explications

⁸² *Op. cit.*, « Wallonie-2020.EU, La Stratégie wallonne pour une croissance intelligente durable et inclusive en partenariat avec l’Union Européenne, Programme opérationnel FEDER Version 9.0 », P.4

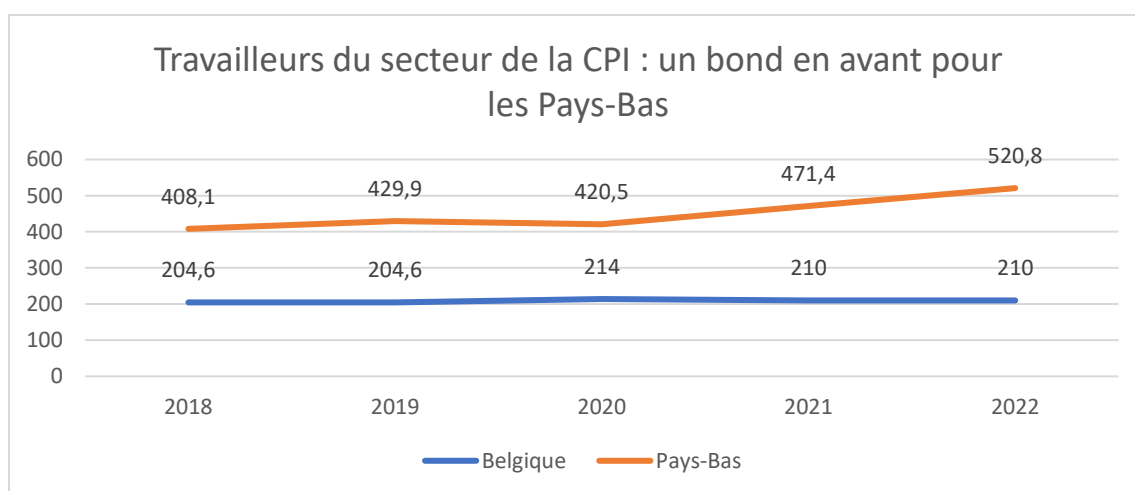
⁸³ ASBL KIKK, « Par où commencer ? », <https://www.kikk.be/fr> (page consultée le 24 janvier 2024)

Eindhoven

Données économiques et emploi

Les opportunités d'emploi dans le secteur de la création et de la culture aux Pays-Bas ont augmenté au cours des cinq dernières années, malgré la crise de Covid-19, qui a eu un impact majeur sur le secteur de la création et de la culture.

Cultural employment by NACE rev.2 activity (EUROSTAT) ⁸⁴ (x1000)					
	2018	2019	2020	2021	2022
Pays-Bas	408,1	429,9	420,5	471,4	520,8
Belgique	204,6	204,6	214	210,3	210



Chiffres au niveau fédéral ⁸⁵

En 2018, la valeur ajoutée de la production de produits culturels et des médias s'est élevée à **26,5 milliards d'euros**, soit **3,4 %** du produit intérieur brut (PIB).

Le chiffre d'affaires des produits culturels et médiatiques s'est élevée à **80,1 milliards d'euros** en 2018. Dans ce domaine, c'est la **publicité** qui était le sous-secteur le plus important avec **25,4 milliards d'euros**. Les **médias** (radio, télévision, journaux et magazines) et **l'audiovisuel** (films, vidéos et autres audiovisuels) venaient en deuxième et troisième position avec respectivement **16,9** et **13,7 milliards d'euros**.

⁸⁴ https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/CULT_EMP_N2/default/line?lang=en

⁸⁵ <https://www.cbs.nl/nl-nl/dossier/dossier-culturele-en-creatieve-sector/satellietrekening-cultuur-en-media>

Soutien public aux ICC

Au niveau fédéral, aux Pays-Bas, il existe le Conseil de la culture qui est l'organe consultatif statutaire du gouvernement et du parlement dans le domaine de l'art, de la culture et des médias. Le Conseil est indépendant et donne des conseils, sollicités ou non, sur les questions politiques actuelles et les demandes de subventions. Le Conseil est chargé d'évaluer les demandes de subventions et de conseiller le secrétaire d'État à la culture et aux médias sur l'octroi ou non d'une subvention sur la base des demandes. C'est le secrétaire d'État qui décide en dernier ressort de l'octroi de la subvention. Pour évaluer les demandes de subvention, le Conseil de la culture travaille avec des commissions.

Ces subventions culturelles sont accordées, sur base quadriennale, aux institutions culturelles suivantes :

- Arts du spectacle
- Musées régionaux et collections sectorielles
- Arts visuels
- Cinéma
- Littérature et design
- Fonction de développement et institutions de soutien supra-sectorielles.

Le montant annuel total pour l'infrastructure culturelle pour la période de subvention 2025-2028 est de 497,22 millions d'euros. Ce montant ne comprend pas les 34,1 millions d'euros disponibles à partir de 2025 pour stimuler une rémunération plus équitable.

Transition économique et environnementale

Au niveau de la transition, des recherches menées en 2019 ont montré qu'une grande partie du secteur ICC travaille déjà, dans une certaine mesure, en faveur de la durabilité. L'élan actuel semble s'accélérer pour rendre le secteur plus durable. *« Tout d'abord, les prix élevés de l'énergie ont conduit à des appels en faveur d'une durabilité accélérée. En outre, la politique culturelle (nationale) met de plus en plus l'accent sur la durabilité. Par exemple, le Conseil de la culture travaille sur un rapport consultatif sur ce thème (Conseil de la culture 2022), la secrétaire d'État Uslu a annoncé dans sa lettre pluriannuelle qu'il était nécessaire de libérer des ressources pour rendre les monuments et les musées plus durables (Uslu 2022a), et le ministère de l'éducation, de la culture et des sciences est en train de mettre en place une nouvelle équipe pour le développement durable. »*⁸⁶

⁸⁶ Cultuurmonitor, "jaarrapportage" <https://www.cultuurmonitor.nl/wp-content/uploads/2023/03/Cultuurmonitor-Jaarrapportage-2022.pdf>

Ce changement de paradigme est déjà illustré par plusieurs projets en cours dans la ville. Ainsi, Social Design Eindhoven se concentre sur des projets de design liés à la solitude, à la dégradation des lotissements et des quartiers, et à l'endettement. A titre d'exemples :

- Scheepers et Renee : ce projet, du nom de deux architectes, Renee Scheepers et Alissa van Asseldonk, a pour but de savoir à quoi le "Victoria Park" – morceau de la ville transformé en parc – devrait ressembler selon les habitants de la ville et du quartier. Leur approche est basée sur des entretiens approfondis avec tout type de personne que l'on peut rencontrer dans la ville, du patron de la bibliothèque à l'habitué du parc.
- Le lobby du design social : lors de la dernière Journée mondiale du développement durable, deux collectifs de design social d'Eindhoven ont lancé le lobby du design social. Cette initiative de We Are Foundation et de Kade Clubhouse est une campagne qui facilite la connexion entre les concepteurs et les organisations socialement engagés aux Pays-Bas. Elle explore également comment l'on peut devenir un lobbyiste pour le bien commun (Quelle question sociale soulever ?,...).
- Eindhoven accueille le Master en design social de l'Académie de design d'Eindhoven, de renommée internationale, et organise chaque année la Semaine du design néerlandais avec les meilleurs designers (sociaux). Eindhoven est la première ville à employer un designer social.

Par ailleurs, est également organisée à Eindhoven, la Semaine du Design Néerlandais (DDW : Dutch Design Week). En 2022, elle avait pour thème le design social et invitait les designers à créer un impact à plus ou moins grande échelle.

Rayonnement

Comme déjà précisé ci-dessus, le design est une part importante de la renommée internationale de la ville sur le plan culturel et créatif. Dans ce cadre, il est utile de présenter ces différents projets :

- **This is Eindhoven : culture et design**⁸⁷ : sous ce nom, ce sont divers projets qui sont mis en évidence, comme l'Eindhoven Design District qui est une initiative de la municipalité d'Eindhoven, de la Dutch Design Foundation et d'Eindhoven365 visant à donner une plus grande visibilité au design et à la technologie à Eindhoven et à stimuler la réflexion sur le design au sein des entreprises et des pouvoirs publics.
- **Dutch Design Week** : Eindhoven est la ville qui accueille régulièrement la Semaine du design néerlandais. Ce rassemblement est considéré comme le plus grand événement de design social et durable en Europe du Nord puisque ce sont plus de 2.600 designers qui y participent. Profitant de la tenue de cet événement, une réponse sur la manière dont le design social peut jouer un rôle dans les défis futurs de la société est en train d'être élaborée. A titre d'information, le plus grand rassemblement européen au niveau du secteur du design est Fiera di Milano. En 2022, une exposition principale

⁸⁷ <https://www.thisiseindhoven.com/en/see-and-do/culture-and-design>

intitulée « In the Full Ground », qui s'interrogeait sur la manière dont le sous-sol, rarement évoqué dans les discussions, et la gestion de celui-ci permettra ou non l'évolution d'une ville florissante dans le futur. Cet événement fut aussi l'occasion d'une exposition à l'hôtel de ville qui revient sur dix ans de design social.

- **L'Académie de design d'Eindhoven** se situe à l'avant-garde des écoles de design du monde entier. Ainsi, elle « *propose des diplômes de licence et de maîtrise et se spécialise dans la formation des étudiants à différentes perspectives de conception afin de produire des designers critiques et socialement engagés. Outre les programmes d'enseignement, la DAE dispose de centres de recherche internationaux qui se concentrent sur des projets de recherche en collaboration avec d'autres universités* ».
- **La Lettre culturelle d'Eindhoven Design** qui vise à communiquer clairement les objectifs du secteur culturel et créatif. Dans cette communication officielle, l'ambition d'accueillir le Design Museum/Future Lab à Eindhoven a par exemple déjà été exprimée.

Par ailleurs, le Cultural and Creative Cities Monitor situe Eindhoven, au sein du groupe des villes comptant entre 250.000 et 500.000 habitants (au nombre de quarante-quatre), à la vingt-huitième place en ce qui concerne la « cultural vibrancy », à la troisième place en termes de « creative economy » et à la quatrième pour ce qui est de « l'Enabling Environment ». Cela mène Eindhoven, au classement général du « Cultural and Creative Cities Index », à la neuvième place au sein de ce groupe.

Innovation

Aux Pays-Bas, l'innovation est un domaine auquel s'intéresse tant le niveau local que fédéral. A l'échelle fédérale, la lettre de référence du gouvernement néerlandais prévoit la **transformation numérique et l'innovation pour la période 2025-2028**. Les institutions sont encouragées dans ce cadre à indiquer les dépenses consacrées à la transformation numérique pour la période suivante.

En lien avec les prémisses de cette lettre du gouvernement, DEN (l'Institut de la connaissance pour la culture et la transformation numérique) a mené une étude sur la transformation numérique. L'étude, menée par TNO, montre que les institutions culturelles doivent être plus proactives dans leur transformation numérique et qu'elles doivent également coopérer plus intensément dans ce domaine. Au cours de la période 2021-2024, 0,5 million d'euros a été consacré à l'étude des projets que les Pays-Bas pouvaient mettre en place pour renforcer la coopération en matière d'analyse d'audience et de données dans le secteur culturel et créatif.

Lille

Données économiques et emploi

Le secteur des ICC, à l'échelle de la France, représente 640.000 emplois et 91 milliards d'euros de chiffre d'affaires⁸⁸ et ne cesse de prendre une place croissante dans l'économie du pays. La Région Hauts de France, elle, connaît une dynamique différente par rapport à celle constatée au niveau national. En effet, alors qu'en 2007, 35.000 emplois étaient comptabilisés dans le secteur sur la **Région**, ils ne sont plus que **28.400 en 2022**⁸⁹. Toutefois, si l'on précise ce constat à la **ville de Lille**, celle-ci concentre près d'un tiers des emplois culturels de la Région avec près de **10.000 actifs** travaillant dans le secteur⁹⁰.

Parmi ces emplois, les filières de l'audiovisuel spécialisées dans la production de photos et vidéos, la production et édition musicale et sonore, prestations graphiques, de design et de création 3D représentent une part importante de celles-ci : plus de **500 établissements, 2.560 emplois et 2.400 emplois intermittents**.

Soutien public aux ICC

Au niveau national, le secteur des industries culturelles et créatives est de plus en plus soutenu par les pouvoirs publics. En effet, dans son plan d'investissement « **France 2030** » lancé en octobre 2021, le Gouvernement national met en avant 10 objectifs majeurs dont celui de « **placer la France en tête de la production des contenus culturels et créatifs, et des technologies immersives**⁹¹ ». Ce plan, doté d'un montant de 54 milliards d'euros, va permettre de lancer un nombre très important d'appels à projets dont certains dans le secteur des ICC (pour un montant de **600 millions d'euros**⁹²). A ce titre et dans le cadre de ce plan, sont actuellement ouverts les appels suivants : Appel à projets « Solutions de billetteries innovantes » / Appel à projets « Soutenir les Alternatives Vertes dans le monde culturel / Appel à manifestation d'intérêt « Favoriser le développement d'infrastructures ouvertes et pérennes permettant de réserver et de payer l'ensemble des offres culturelles du territoire » / Appel à projets « Expérience augmentée du spectacle vivant » et « Numérisation du patrimoine et de

⁸⁸ Service d'Information du Gouvernement, « France 2030 : objectifs majeurs », <https://www.gouvernement.fr/france-2030/objectifs> (page consultée le 12/09/2023)

⁸⁹ Ministère de la Culture, « Hauts-de-France : Portrait culturel », <https://atlasculture.fr/fiches-regions/9> (page consultée le 12 septembre 2023)

⁹⁰ Antoine P., Lavenseau D., « La culture en Hauts-de-France : une activité métropolitaine relayée par une armature de villes de taille moyenne », *INSEE*, <https://www.insee.fr/fr/statistiques/3199513#titre-bloc-3> (page consultée le 12/09/2023)

⁹¹ Gouvernement français, « France 2030 : les objectifs majeurs », <https://www.gouvernement.fr/france-2030/objectifs> (page consultée le 13/09/2023)

⁹² Ministère de la Culture, « Industries culturelles et créatives », <https://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Industries-culturelles-et-creatives> (page consultée le 13/09/2023)

l'architecture »⁹³. Il est possible de découvrir les projets qui sont déjà accompagnés actuellement⁹⁴.

Par ailleurs, au niveau national toujours, il existe un **crédit d'impôt cinéma et audiovisuel**⁹⁵ dont la dernière réforme (en 2016) a permis d'engranger des résultats immédiats : 11% de jours de tournage en plus en 2017 par rapport à l'année précédente, explosion de la production de dessins animés, création de 15.000 emplois d'intermittents,...

Au niveau régional, et c'est inédit en France, la région Hauts-de-France a créé **un fonds dédié aux jeux vidéo**, à hauteur de **600.000 euros par an**. L'objectif est « d'accompagner la montée en puissance des entreprises du jeu vidéo dans la région Hauts-de-France, qui évoluent dans un contexte concurrentiel mondial ». Ce fonds permettra aux projets sélectionnés par un jury composé d'experts de financer : soit une aide au prototype avec un plafond de 50.000 € par projet soit une aide à la production avec un plafond de 200.000 € par projet⁹⁶.

De manière plus spécifique, la ville de Lille a déployé, pour l'année 2022, un budget culturel de 50,2 millions d'euros⁹⁷ dont **32% dédiés à l'éducation artistique, 28% dédiés aux musées et patrimoine, 13% dédiés à la lecture publique et au patrimoine et 27% dédiés à la création artistique** et au soutien aux **associations culturelles**.

Transition économique et environnementale

Étant donné le peu d'informations trouvés sur la transition économique, la durabilité et la cohésion sociale dans le secteur ICC, aucun projet spécifique n'est mentionné ici.

Rayonnement

Le Cultural and Creative Cities Monitor⁹⁸ situe Lille, au sein du groupe des villes comptant entre 500.000 et un million d'habitants (au nombre de trente-trois), à la vingt-septième place en ce qui concerne la « cultural vibrancy », à la vingt-huitième place en termes de « creative economy » et à la dix-huitième pour ce qui est de « l'Enabling Environment ». Cela mène Lille,

⁹³ Gouvernement français, « France 2030 : appels à candidature », <https://www.gouvernement.fr/france-2030/appels-a-candidatures?thematic=Culture> (page consultée le 13/09/2023)

⁹⁴ <https://www.gouvernement.fr/france-2030/laureats?thematic=Placer+la+France+%C3%A0+nouveau+en+t%C3%A0te+de+la+production+des+contenus+culturels+et+cr%C3%A9atifs%C2%A0>

⁹⁵ Le crédit d'impôt en matière audiovisuelle permet à une société de production de déduire de son imposition sur les sociétés 25% de certaines dépenses de production (dépenses dites éligibles) pour les œuvres de fiction, documentaire, animation et 10% pour les adaptations audiovisuelle de spectacle, sous certaines conditions détaillées ci-dessous selon le genre de l'œuvre.

⁹⁶ Nord France Invest, « Les industries créatives en Hauts-de-France », <https://www.nordfranceinvest.fr/industries-creatives-hauts-de-france/> (page consultée le 13/09/2023)

⁹⁷ Ville de Lille, « Chiffres Clés du budget 2022 », 2022, P.9

⁹⁸ Voir la note de bas de page consacrée au sujet pour Bruxelles

au classement général (des villes de cette population) du « Cultural and Creative Cities Index », à la vingt-huitième place.

Par ailleurs, en matière de sous-secteur, c'est celui de **l'audiovisuel** qui fait une grande partie de la renommée de la métropole lilloise dans le secteur avec différents acteurs de tout premier plan :

- **La Plaine Image** : situé sur un ancien site industriel de 5 hectares exceptionnellement réhabilité, la Plaine Images se désigne comme le **hub européen dédié aux industries créatives** : audiovisuel game, musictech, edtech, image, animation, event et marketing. Cet écosystème complet rassemble **140 entreprises comptant 1.800 actifs, 3 écoles internationales**, un incubateur, un accélérateur, des studios,...⁹⁹
- **Euratechnologies** : C'est un lieu d'accueil pour les entreprises digitales au sens large : Hardware / Software et plus largement **toute structure avec un positionnement technologique**. En s'y implantant, il est possible de bénéficier de différents atouts : de hautes capacités de R&D, une synergie forte avec d'autres entreprises présentes sur place. Situé en plein coeur de la métropole lilloise, Euratechnologies compte plus de **300 entreprises** et **4.000 salariés** dans son bâtiment historique¹⁰⁰.
- **Pictanovo** est une association basée à Tourcoing et dédiée à **l'émergence des talents**, la **création cinématographique et audiovisuelle** et la **détection des innovations** de l'industrie créative. Sa mission est de promouvoir la coopération entre les principaux acteurs de l'industrie de la création numérique, tels que les entreprises, les écoles et les plateformes de recherche notamment en **fédérant 3 sites d'excellence** : la Plaine Images, La Serre Numérique et Arenberg Creative Mine. Cela représente donc 200 entreprises, 22 équipes de recherche et 9 associations professionnelles. Par ailleurs, en plus de cette mise en relation des acteurs importants du secteur, Pictanovo **coproduit de nombreux programmes cinéma, TV et animation** en accordant des aides pour soutenir l'écriture, le développement et/ou la production de longs métrages, séries, courts métrages. Le fonds est cofinancé par le Centre National du Cinéma et de l'image animée (CNC)¹⁰¹.

En 2018, la ville de Lille a été désignée par le Ministère de la Culture comme lieu d'accueil du **le principal festival international** consacré aux séries : le Festival Séries Mania. A la suite de celui-ci, et fort de son succès grandissant (à titre indicatif l'édition 2019 a attiré plus de 70 000 visiteurs avec près de 3 000 professionnels accrédités), le Festival a créé la **1^{re} école entièrement dédiée** aux séries à Lille, le **Séries Mania Institute**. L'ambition est de former celles et ceux qui font les séries européennes de demain en fluidifiant les processus créatifs pour répondre à l'augmentation des volumes de production et en permettant aux talents d'accéder

⁹⁹ Vachez A. , « Tourcoing. La Plaine Images : 11 ans après, la mue se poursuit », *Lille Actu*, 22 mai 2023, https://actu.fr/hauts-de-france/tourcoing_59599/tourcoing-la-plaine-images-11-ans-apres-la-mue-se-poursuit_59623001.html (page consultée le 13/09/2023)

¹⁰⁰ *Op. Cit.*, Nord France Invest

¹⁰¹ *Op. Cit.*, Nord France Invest

aux métiers de l'audiovisuel et de la création grâce à un réseau de coopération entre professionnels¹⁰².

Dans le domaine du **design**, Lille Métropole a été désignée **Capitale Mondiale du design en 2020**. Cela a permis, en plus de mettre à l'honneur le savoir-faire des designers français et de doter la France d'une place stratégique dans le réseau international, de mettre en place une cinquantaine d'événements festifs et culturels ainsi qu'une vingtaine d'expositions qui ont permis d'expliquer la **place du design dans l'appréhension des défis contemporains** : changement climatique, amélioration de l'habitat, recherche d'une société plus inclusive,... En plus de cela, des entreprises, des collectivités, des universités et des étudiants ont expérimenté plus de 500 **projets de design**.

Enfin, propulsée **capitale européenne de la culture en 2004** (et réussite totale, l'organisation de cet événement est encore souvent cité en exemple – 9 millions de visiteurs, fréquentation touristique en hausse de 30%¹⁰³,...), la métropole lilloise a su « surfer » sur cet épisode pour le pérenniser et prolonger les effets positifs qu'il a eu sur le secteur via la mise en place de « **Lille 3000** », structure qui organise, tous les trois ans, de grandes expositions dans la métropole lilloise afin de continuer à faire vivre la culture.

Innovation

Au niveau national, il est utile de mentionner le **4ème Programme d'investissements d'avenir** doté de 20 milliards d'euros. Celui-ci, dédié au **soutien à l'innovation, à la recherche et à l'enseignement** entre 2021 et 2025, a pour ambition, entre autres, de **soutenir la filière des industries culturelles et créatives**, qui comprend l'audiovisuel, le cinéma, le spectacle vivant dans toutes ses disciplines, la musique dans toutes ses composantes, les musées et le patrimoine, les arts visuels, le design, l'architecture, les métiers d'art, le jeu vidéo, le livre, et la presse. Les secteurs connexes de la communication, de la mode et du luxe, pourront également, pour le volet créatif de leur activité, bénéficier des outils de cette stratégie. Le montant spécifiquement dédié à ce secteur est de **600 millions d'euros**¹⁰⁴.

¹⁰² Région Hauts de France, « Les Hauts-de-France 2030, Un écosystème de pointe en France et à l'international », <https://www.hautsdefrance.fr/communique-de-presse-les-hauts-de-france-2030-un-ecosysteme-de-pointe-en-france-et-a-l-international/> (page consultée le 11 septembre 2023)

¹⁰³ Bidault C., « A trois jours du début d'Eldorado, quel bilan pour les différentes éditions de Lille 3000 ? », *France Bleu*, <https://www.francebleu.fr/infos/culture-loisirs/a-trois-jours-du-debut-d-eldorado-quel-bilan-pour-les-differentes-editions-de-lille-3000-1556116449> (page consultée le 14/09/2023)

¹⁰⁴ Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche, « Lancement du 4e programme d'investissements d'avenir en janvier 2021 : 20 Md€ dans la recherche et l'innovation en faveur des générations futures », <https://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/fr/lancement-du-4e-programme-d-investissements-d-avenir-en-janvier-2021-20-mdeu-dans-la-recherche-et-l-49317> (page consultée le 14/09/2023)

Hambourg

Données économiques et emploi

A l'échelle de l'**Allemagne**, les industries culturelles et créatives sont un secteur en plein essor. En 2010, le chiffre d'affaires total s'élevait à 136,5 milliards d'euros alors qu'il se situe en **2022 à 181,3 milliards d'euros** (+32,9%)¹⁰⁵ – cela fait des ICC, le deuxième secteur le plus important derrière la construction automobile¹⁰⁶. Durant cette décennie, la seule année marquant un ralentissement est 2020 (Covid-19) mais le secteur est reparti en nette progression depuis. Au sein même du secteur, ce sont les **logiciels/jeux vidéo** qui représentent le domaine le plus important (60,1 milliards d'euros), devant la **publicité** (30,6 milliards d'euros), la **presse** (26,2 milliards d'euros) et le **design** (20,8 milliards d'euros)¹⁰⁷.

Au niveau de la **région de Hambourg**, en 2015, le secteur représentait un **chiffre d'affaires** annuel de **14,7 milliards d'euros** (2,5 % du total régional) dont **5,7 milliards de valeur ajoutée nette** (2,8% du total régional)¹⁰⁸. Pour y parvenir, ce ne sont pas moins de **134.000 personnes** qui travaillent dans le secteur des industries culturelles et créatives pour la région métropolitaine de Hambourg (dont **87.000** travaillent dans le Hambourg « **intramuros** »)¹⁰⁹. Les sous-secteurs les plus importants sont l'industrie des **logiciels / jeux vidéo** avec 28.291 personnes y travaillant (81,2% étant salariées, 18,8% indépendantes), la **publicité** avec 26.392 personnes (73,1% étant salariées, 26,9% indépendantes), le **design** avec 24.357 travailleurs (45,7% étant salariés, 54,3% indépendants) et le **marché de la presse** avec 21.523 travailleurs (80,3% étant salariés, 19,7 indépendants)¹¹⁰.

Soutien public aux ICC

La « **Hamburg Kreativ Gesellschaft** » est une agence publique détenue par la ville qui cherche à promouvoir l'industrie créative de la ville et de sa Région¹¹¹ via un **rôle de guide et d'intermédiaire**. Plus concrètement, cette structure fournit des services de conseil et de formations ainsi qu'un accompagnement pour identifier des sources de financement ou d'espaces, l'organisation d'événement de mise en réseau,...¹¹². Afin de mieux remplir ces différentes missions, le cluster s'est **structuré en 11 sous-secteurs** : architecture, beaux-arts,

¹⁰⁵ Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz, "Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2022", Janvier 2023, P.15

¹⁰⁶ *Ibid.*, P.14

¹⁰⁷ *Ibid.*, P. 18

¹⁰⁸ Georg Consulting, "Datenbericht die Kultur- und Kreativwirtschaft in der Metropolregion Hamburg", Décembre 2018, P. 11

¹⁰⁹ CCI Contact Desk, « Regional Profile : Hamburg », <https://www.creativeports.eu/ci-in-bsr/regional-profiles/hamburg> (page consultée le 21 septembre 2023)

¹¹⁰ Georg Consulting, *Op. Cit.*, P. 13

¹¹¹ Free and Hanseatic City of Hamburg, "Hamburg's Cluster Policy reaching the top together", Septembre 2016, P.16

¹¹² *Ibid.*, P.16

arts du spectacle, design, film, littérature, musique, journalisme, radio, logiciels/jeux et publicité. Par ailleurs, l'ensemble des acteurs cités ci-après (Gamecity, Design Zentrum,...) font partie du giron de cette agence.

Le **Design Zentrum Hamburg** (qui, depuis 2018, fait partie du Hamburg Kreativ Gesellschaft) est l'initiative de la ville pour la promotion et la visibilité de l'industrie du design. Celui-ci vise notamment à rendre visible l'importance et le potentiel de ce secteur sur la voie de la transformation écologique et sociale de l'économie et de la société. Et ce, via des programmes de financement, des discussions et des formations continues à destination tant des jeunes designers que des travailleurs indépendants ou les agences et entreprises plus « établies ». En tant que réseau et incubateur d'idées nouvelles, le Centre encourage les échanges interdisciplinaires entre les designers, les universités et les entreprises. Grâce aux expositions, événements et expériences dans la HafenCity, le Design Zentrum est aussi devenu un espace d'idées convivial pour la ville¹¹³.

« **Gamecity Hamburg** », crée en 2003, cherche à améliorer les conditions dans lesquelles évoluent les entreprises et les créateurs de valeur, les soutenir dans leur développement et ancrer Hambourg dans la perception du public comme l'un des principaux lieux liés aux jeux vidéo en Europe. Ce hub est le point de contact pour la levée de fonds mais il offre aussi la possibilité de participer à des programmes, des événements et des services en étroite collaboration avec l'industrie des jeux pour renforcer les développeurs locaux. Parallèlement, l'échange de connaissances au sein du secteur et avec d'autres industries est favorisé. Enfin, La promotion des jeunes talents, le développement de nouveaux formats et l'internationalisation sont au cœur de leurs activités¹¹⁴.

Du haut de ses 10.200 entreprises informatiques, 2.200 entreprises « media », 2.000 agences de publicité et 200 entreprises de jeux vidéo, Hambourg constitue l'un des épicentres du pays en termes d'ICT. Pour faire vivre cet écosystème, « **Next Media Hamburg** » soutient la collaboration axée sur l'innovation entre les entreprises médiatiques et numériques, les universités, leurs étudiants et les acteurs locaux afin de renforcer et d'étendre la position de Hambourg comme ville de media.

Transition économique et environnementale

Étant donné le peu d'informations trouvés sur la transition économique, la durabilité et la cohésion sociale dans le secteur ICC, aucun projet spécifique n'est mentionné ici.

¹¹³ Hamburg Kreativ Gesellschaft, « Design Zentrum Hamburg », <https://design-zentrum-hamburg.de/en/about/> (page consultée le 21 septembre 2023)

¹¹⁴ Hamburg Kreativ Gesellschaft, « Gamecity Hamburg », <https://gamecity-hamburg.de/about/> (page consultée le 21 septembre 2023)

Rayonnement

En l'espace de quelques années, il est devenu le symbole le plus connu de la ville : l'**Elbphilharmonie**, véritable « paquebot » de verre dominant le fleuve de ses 110 mètres de haut, a attiré plus de 10 millions de visiteurs entre son ouverture en 2017 et mars 2020. Si sa construction n'a pas été un long fleuve tranquille (9 ans de travaux et 866 millions d'euros), le résultat fait aujourd'hui l'unanimité. En très peu de temps et en plus d'attirer de nombreux touristes de par son impressionnante architecture, l'Elbphilharmonie est devenu un hub de la musique classique, avec son propre orchestre symphonique et des intervenants des quatre coins du globe. De plus, le programme ne se résume pas au registre classique : le lieu accueille également des groupes de folk, de jazz ou des musiciens jouant des instruments plus contemporains que dans un orchestre traditionnel¹¹⁵.

Par ailleurs, ville côtière ouverte sur la mer du Nord (et plus précisément sur la mer des Wadden, considérée comme site à valeur universelle exceptionnelle par l'Unesco notamment en raison du plus grand système mondial ininterrompu de vasières et de bancs de sable à marée¹¹⁶), Hambourg possède un riche héritage portuaire, dont la « Speicherstadt » et le « Kontorhaus », deux sites classés au Patrimoine Mondial de l'Unesco¹¹⁷. En plus de cet héritage, le nouveau quartier portuaire « HafenCity » a permis de mettre en avant le savoir-faire architectural de la ville.

Le Cultural and Creative Cities Monitor¹¹⁸ situe Hambourg, au sein du groupe des villes comptant plus d'un million d'habitants (au nombre de vingt-quatre), à la onzième place en ce qui concerne la « cultural vibrancy », à la douzième place en termes de « creative economy » et à la seizième pour ce qui est de « l'Enabling Environment ». Cela mène Hambourg, au classement général du « Cultural and Creative Cities Index », à la seizième place au sein de ce groupe.

Par ailleurs, bien que dotée des nombreux atouts décrits ci-dessus, Hambourg et sa région métropolitaine n'en profite pas encore suffisamment pour être reconnue comme une ville d'importance dans ce secteur. Un rapport de l'OCDE souligne que « *there is no co-ordinated tourism offer between urban and rural areas, with several different brands advertising different parts of the region. The potential to capitalise on the name value and international visibility of Hamburg remains largely underexploited due to the lack of a joint tourism strategy, resulting from the dominance of strong local identities and concerns about serving not only the HMR territory but also the remaining territory of each state* »¹¹⁹. Pour remédier à cette

¹¹⁵ Le Petit Journal.Com, « La Philharmonie de l'Elbe, l'emblème de Hambourg », 31 décembre 2020, <https://lepetitjournal.com/hambourg/la-philharmonie-de-l-elbe-le-mbleme-de-hambourg-295492> (page consultée le 21 septembre 2023)

¹¹⁶ L'Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture, « La mer des Wadden », <https://whc.unesco.org/fr/list/1314/#:~:text=Valeur%20universelle%20exceptionnelle&text=La%20mer%20des%20Wadden%20est%20le%20plus%20grand%20syst%C3%A8me%20de,majeure%20partie%20de%20la%20r%C3%A9gion> (page consultée le 25 septembre 2023)

¹¹⁷ L'Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture, « La Speicherstadt et le quartier Kontorhaus avec la Chilehaus », <https://whc.unesco.org/fr/list/1467/> (page consultée le 25 septembre 2023)

¹¹⁸ Voir la note de bas de page consacrée au sujet pour Bruxelles

¹¹⁹ Organization for Cooperation and Economic Development, « OECD Territorial Reviews : Hamburg Metropolitan Region, Germany - Policy Highlights », 2019, P.12

problématique, l'OCDE enjoint les décideurs à actionner un levier prioritairement : une meilleure collaboration entre zones rurales et urbaines qui pourrait mener à une stratégie marketing commune visant à mettre en avant les nombreux atouts culturels tant de Hambourg que de ses alentours¹²⁰.

- ⇒ Il est utile de noter que l'OCDE identifie comme prioritaire que la ville de Hambourg se dote « *d'une stratégie marketing commune* » afin de mettre la ville en avant. Il pourrait être utile de réfléchir à la manière dont la **plateforme ICC et la stratégie de city-marketing** mise en place actuellement (via notamment une **vidéo** dans laquelle le caractère culturel de Bruxelles est très marqué) **pourrait bénéficier mutuellement des travaux de chacun.**

Innovation

Créée en 2016, le “Cross Innovation Hub Hamburg”, partie intégrante du « Hamburg Kreativ Gesellschaft », fait figure de pionnier dans le domaine de la collaboration intersectorielle en jouant les intermédiaires entre les ICC et d'autres secteurs économiques afin d'identifier et d'exploiter des opportunités d'innovation. Plus concrètement, les divers programmes, qui vont d'ateliers d'une journée à des groupes de réflexion et des collaborations à long terme, visent à inspirer un changement de perspective, des pratiques commerciales innovantes, de nouveaux processus, produits ou modèles d'entreprise entre différentes parties prenantes, telles que les scientifiques, les entreprises, les citoyens et les « créatifs »¹²¹.

¹²⁰ *Ibid.*, P. 12

¹²¹ European Creative Industries Summit, “Creative Sustainability Solutions: CCI Innovations Lead Sustainability”, *ECIS2020 : Green Paper*

Helsinki : focus Gaming

L'industrie Gaming à Helsinki est considérée comme l'un des points forts au niveau mondial pour le développement et la promotion des jeux mobiles et sur ordinateur. L'accent mis sur ce sous-secteur a été choisi en raison de la forte présence du sous-secteur de la création digitale à Bruxelles et le grand potentiel de l'industrie du jeu pour l'avenir.

Données économiques et emploi

Données emploi au niveau fédéral

Cultural employment by NACE rev.2 activity (EUROSTAT) 122 (x1000)					
	2018	2019	2020	2021	2022
Finlande	125,7	131,5	127,9	119,2	122,6
Belgique	204,6	204,6	214	210,3	210

Selon un article de l'organisation finlandaise Creative Finland, qui représente le secteur créatif en Finlande, ce dernier représente actuellement moins de 4 % du PIB finlandais. L'objectif de l'organisation pour les années à venir est de **porter ce chiffre à la moyenne européenne de 7 %**¹²³.

Le **chiffre d'affaires** des industries créatives en 2022 était d'environ **14 milliards d'euros**, dont 2,6 milliards d'euros pour le secteur de l'**événementiel**. Les deux autres secteurs les plus importants étaient le secteur des **jeux vidéo** (3,6 milliards d'euros) et le secteur de l'**audiovisuel** (1,6 milliard d'euros), qui lui est étroitement lié¹²⁴.

Par ailleurs, 27% des entreprises présentes à Helsinki appartiennent au secteur créatif. On y retrouve évidemment en force le secteur des jeux vidéo mais également celui du design, particulièrement présent dans les districts suivants : Punavuori, Kaartinkaupunki, Kruunuhaka, Kamppi et Ullanlinna.

Données économiques et emploi au niveau régional pour le gaming¹²⁵

Le secteur des jeux en Finlande a connu une évolution positive durant les années 2021 et 2022. En 2021, le chiffre d'affaires du secteur a atteint **environ 3,2 milliards d'euros**, soit une augmentation de plus de 30 % par rapport à 2020. Ce chiffre reste à peu près le même pour

¹²² https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/CULT_EMP_N2/default/line?lang=en

¹²³ Creative Finland, "Creative economy a priority for the finnish government: a roadmap that will drive the growth of creative industries." <https://www.creativefinland.org/post/creative-economy-a-priority-for-the-finnish-government-a-roadmap-will-drive-the-growth-of-creative-industries>

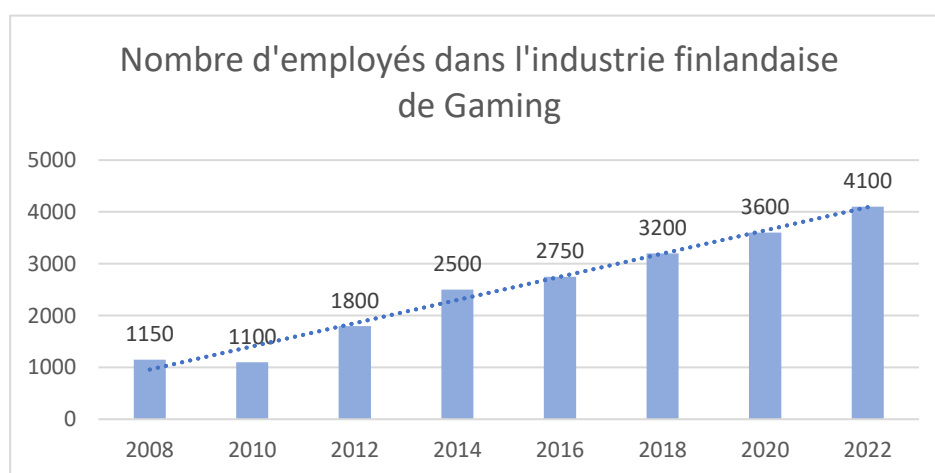
¹²⁴ VTT Research, "Review of business in the creative and event industries", <https://www.vttresearch.com/en/news-and-ideas/new-review-creative-industries-has-been-published-new-research-methodology-reveals>

¹²⁵ <https://toolbox.finland.fi/life-society/the-game-industry-of-finland-report-2022/>

2022. La continuité de la solide performance de l'industrie en 2022 suggère que la **croissance n'est pas entièrement due aux restrictions durant la pandémie de COVID-19**, qui ont entraîné d'excellents résultats dans l'ensemble de l'industrie du jeu vidéo.

Pour continuer dans ce sens, l'une des évolutions les plus importantes en 2021-2022 a été **l'inversion de la baisse du nombre de studios amorcée en 2016**. En effet, il y avait 232 studios actifs à la fin de 2022, contre 200 à la fin de 2020. Cette évolution est d'autant plus surprenante que 46 nouveaux studios ont été créés pendant ou immédiatement après la pandémie de COVID-19 semblant démontrer que la pandémie n'a pas affecté de manière significative la volonté de créer de nouvelles start-ups dans l'industrie finlandaise des jeux.

Le nombre d'employés dans **l'industrie finlandaise de Gaming a dépassé les 4 100 personnes** (soit 500 personnes de plus que celles travaillant dans l'industrie à la fin de 2020). Parmi eux, 3 700 travaillent dans le pays et le reste vient de l'étranger. 250 travailleurs étrangers étaient à dénombrer en 2020.



Soutien public aux ICC

Le soutien du gouvernement à l'industrie finlandaise de Gaming est principalement axé sur la recherche et le développement. Il n'existe pratiquement pas de programmes de financement culturel typiques pour ce secteur, pourtant assez courants dans d'autres pays¹²⁶.

En termes de financement public de la R&D, la **principale source pour les studios finlandais est Business Finland**, qui soutient l'industrie finlandaise de Gaming par le biais de divers instruments et programmes de financement. Ainsi, les entreprises enregistrées en Finlande peuvent demander un financement à tout moment. Celui-ci se présentera sous forme d'une subvention ou d'un prêt mais aucun droit de propriété n'est revendiqué.

¹²⁶ Neogames, "Yearly report 2022", <https://neogames.fi/wp-content/uploads/2023/05/FGIR2022report.pdf>

Business Finland¹²⁷ **peut financer une entreprise du domaine, par exemple** lorsque

- l'entreprise développe de nouveaux concepts de gaming, de nouvelles plates-formes de jeux ou de nouveaux outils de développement
- l'entreprise développe de nouveaux modèles opérationnels et commerciaux, ainsi que des concepts et des formats cross-média
- l'entreprise utilise la gamification dans le développement de nouveaux concepts de produits et de services.

L'entreprise de jeux peut utiliser le financement, par exemple, pour **tester la viabilité** du concept commercial, **explorer la demande sur un nouveau marché** et obtenir les réactions de clients potentiels, **développer et piloter de nouveaux produits**, services et modèles d'entreprise (financement de la recherche, du développement et du pilotage) ou **soutenir l'expansion rapide** de l'entreprise sur les marchés internationaux, par exemple pour renforcer l'équipe et élaborer une stratégie de croissance mondiale (financement Jeune entreprise innovante).

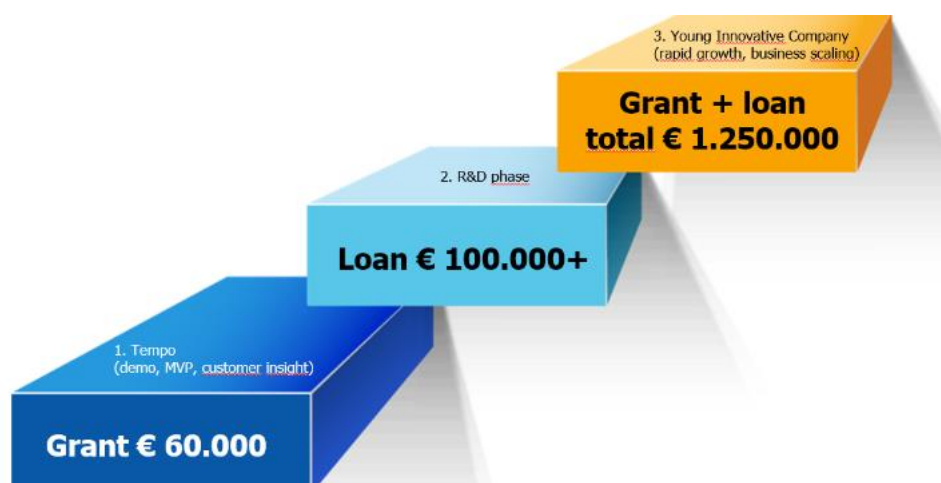


Figure 1: Tableau des montants des subventions. (Business Finlande)

L'industrie finlandaise de Gaming bénéficie du soutien de plusieurs organisations. Voici une liste non exhaustive des principales organisations¹²⁸

1. **Business Finland**¹²⁹: organisation finlandaise de financement de l'innovation, de promotion du commerce, de l'investissement et des voyages, entièrement détenue par le gouvernement finlandais. En accélérant la croissance durable des entreprises,

¹²⁷ Business Finland, "Game Business funding", <https://www.businessfinland.fi/en/for-finnish-customers/services/funding/tempo-funding/game-business-funding>

¹²⁸ Neogames, "Finnish game industry report", <https://neogames.fi/finnish-game-industry-report-2022/>, p46

¹²⁹ <https://www.businessfinland.com/>

Business Finland a pour but de générer prospérité et bien-être pour la société finlandaise.

Contact:

- Kari Korhonen Senior Advisor +358442464673 kari.korhonen@businessfinland.fi
- Olli Sinerma Senior Advisor +358452774787 www.businessfinland.fi

2. **Neogames**¹³⁰: association à but non lucratif de l'industrie du jeu vidéo, fondée en 2003. La mission de Neogames est d'accélérer, de coordonner et de soutenir le développement de l'écosystème finlandais des jeux. Ses membres représentent tous les secteurs de l'industrie du jeu, de l'entreprise à l'éducation et à la recherche. En tant qu'association faîtière impartiale, Neogames sert les intérêts communs de tous les acteurs de l'industrie. En tant que plaque tournante de l'industrie, elle est le canal le plus rapide pour obtenir des informations et des contacts au sein de l'industrie finlandaise du jeu.

Contact:

- KooPee Hiltunen (Director) +358 40 532 4176 koopee@neogames.fi
- Suvi Latva (Chief Business Advisor) +358 40 592 4018 suvi.latva@neogames.fi
- J-P Kaleva (Chief Policy Advisor) +358 40 716 3640 jari-pekka.kaleva@neogames.fi
- Elina Tyynelä (Coordinator) +358 40 842 8736 elina@neogames.fi

3. **SUOMEN PELINKEHITTÄJÄT**¹³¹: l'association des studios de développement de jeux finlandais, Suomen Pelinkehittäjät ry, est un collectif de studios de développement de jeux. Sa mission principale est d'agir en tant que gardien des intérêts des studios de jeux, et de promouvoir les intérêts politiques et économiques de l'industrie finlandaise des jeux au niveau national et mondial.

Contact:

- Jussi Loukiainen (Chair of the Board) jussi@platonicipartnership.com

4. **IGDA**¹³²: cette association aide les développeurs, des étudiants aux indépendants, et promeut l'industrie finlandaise du jeu au niveau national et international. L'un de ses rôles les plus importants est de construire et de maintenir une communauté florissante. L'IGDA Finland est surtout connue pour ses réunions mensuelles, qui permettent aux membres de l'industrie de rester en contact les uns avec les autres.

¹³⁰ <https://neogames.fi/>

¹³¹ <http://www.pelinkehittajat.fi/en/frontpage/>

¹³² <https://igda.org/about-us/>

Transition économique et environnementale

En 2019, une **Roadmap** (2019-2024) a été proposée par le gouvernement finlandais qui devait achever la **transformation économique et la digitalisation du secteur**. La Roadmap sur l'économie créative vise à créer de la croissance pour les entreprises du secteur créatif, à investir dans l'innovation et à augmenter la part du secteur créatif dans le PIB du pays. **5 décisions** différentes y ont été incluses¹³³.

1. Identifier les écosystèmes et les réseaux et les changements dans les chaînes de valeur.
2. Différents types de déficits de compétences
3. Services de développement des entreprises
4. Mesures visant à promouvoir la croissance et l'internationalisation
5. Méthodes d'évaluation et indicateurs

La réduction de l'impact environnemental et la promotion de la responsabilité sociale sont des sujets qui deviennent de plus en plus importants pour l'industrie dans son ensemble, et la Finlande ne fait pas exception. Les développeurs finlandais s'efforcent de réduire leur impact sur l'environnement et de promouvoir la responsabilité sociale en utilisant du matériel et des logiciels plus économes en énergie et en investissant dans les sources d'énergie renouvelables. En outre, les fabricants de jeux intègrent de plus en plus de thèmes et de problèmes environnementaux dans les jeux eux-mêmes. Certains jeux, par exemple, encouragent les joueurs à réfléchir aux questions environnementales et à faire des choix qui ont un impact positif sur l'environnement. Les développeurs intègrent des thèmes environnementaux dans leurs jeux et utilisent des technologies plus économes en énergie pour réduire leur impact sur l'environnement.

Rayonnement

Plusieurs facteurs contribuent à la popularité de l'industrie finlandaise des jeux. La **forte orientation internationale** et l'accent mis sur l'exportation des jeux contribuent au succès des jeux finlandais. Avec le succès de jeux tels que Snake, Angry Birds et Clash of Clans, l'industrie du jeu est devenue un centre d'innovation et de R&D.

L'industrie finlandaise des jeux est un secteur à croissance rapide, bien connu pour son esprit de **collaboration communautaire**, qui soutient un nombre croissant de petites et moyennes entreprises entrant sur le marché et dont on estime que 500 à 1 300 nouveaux postes de studio seront ouverts au cours des deux prochaines années. L'un des principaux domaines d'intervention a été la **promotion de l'égalité des sexes** et l'augmentation du nombre de femmes travaillant dans l'industrie des jeux. Actuellement, les femmes représentent environ

¹³³ Creative Finland, "Creative economy...", <https://www.creativefinland.org/post/creative-economy-a-priority-for-the-finnish-government-a-roadmap-will-drive-the-growth-of-creative-industries>

25 % de la main-d'œuvre de l'industrie finlandaise des jeux, ce qui est supérieur à la moyenne mondiale d'environ 20 %.

Par ailleurs, Helsinki fait partie du réseau des **villes créatives** de l'Unesco¹³⁴ en ce qui concerne **le design**. Cela se voit notamment via diverses initiatives. Par exemple, Helsinki utilise le design dans le développement de ses services publics depuis plusieurs années et a embauché trois « designers de la ville » pour mieux intégrer le design dans tous ses services¹³⁵.

Innovation

Les entreprises finlandaises développent de nouvelles technologies et de nouveaux modèles économiques, y compris un engagement à long terme dans les activités VR/AR/XR/metaverse, qui devraient représenter une opportunité de 8 à 13 milliards d'euros d'ici à 2030¹³⁶. Les entreprises finlandaises sont à l'avant-garde du développement de nouvelles plateformes et technologies, notamment le développement de casques VR et AR haut de gamme, de moteurs de jeu et d'autres produits qui intègrent la technologie au métavers. L'intégration de ces nouvelles technologies innovantes telles que la RV, la RA et le métavers crée des expériences plus immersives et interactives pour les joueurs.

¹³⁴ Voir la Flandre pour les explications

¹³⁵ L'Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture, « Réseau des villes créatives, Helsinki », <https://fr.unesco.org/creative-cities/helsinki> (page consultée le 21 décembre 2023)

¹³⁶ Pocketgamer, Find out how finland is leading the games industry ahead ..."
<https://www.pocketgamer.biz/news/82091/find-out-how-finland-is-leading-the-games-industry-ahead-of-pg-connects-helsinki-this-september/>

Barcelone

Données économiques et emploi

Le secteur des industries culturelles et créatives prend une part de plus en plus importante dans l'économie de Barcelone depuis plus d'une dizaine d'années pour arriver à des chiffres impressionnants. Du haut de ses **135.000 emplois**¹³⁷ (12,6% du total de la ville) – dont **43.535**¹³⁸ **salariés** et plus de **90.000 indépendants**, Barcelone compte 49,5% du total des travailleurs du secteur dans le pays¹³⁹. Les salariés sont répartis dans **4.675 entreprises**¹⁴⁰ (6,2% du total des entreprises de la ville¹⁴¹) et, avec les indépendants, représentent un **chiffre d'affaires de 10,2 milliards d'euros**¹⁴² (6,3% du total de la ville et dont 50% est effectué par 78 entreprises).

En terme **d'importance des sous-secteurs**¹⁴³, si l'on se fie au poids du chiffre d'affaires, c'est **le design** qui arrive en première position (2,8 milliards d'euros) devant **le cinéma/la vidéo** (2 milliards d'euros), **la publicité** (1,8 milliards d'euros), **la presse** (1,4 milliards d'euros), **l'édition** (1,2 milliards d'euros) et **les arts de la scène** (615 millions d'euros).

Soutien public aux ICC

Divers rapports rédigés durant les années 2010 soulignent le manque de soutien public envers le secteur. Ainsi, un document intitulé « The State of Culture and the Arts » et rédigé par le Conseil National de la Culture et des Arts, précisait, en 2017 : « *Repeated calls have been made from different areas of the cultural sector for an increase in the percentage of the Generalitat's budget that is allocated to culture. The low level of public funding for culture is one of the main complaints in the sector.* »¹⁴⁴. En 2019, la ville de Barcelone elle-même ajoutait « *that*

¹³⁷ Ajuntament de Barcelona, « Creative Industries », <https://ajuntament.barcelona.cat/economiatreball/en/creative-industries> (page consultée le 26 septembre 2023)

¹³⁸ Ajuntament de Barcelona, « Barcelona Gener 2022 : Mapa de les indústries creatives », P. 29

¹³⁹ Un rapport de l'Unesco – « Valoriser la culture et la créativité pour un développement urbain durable et une croissance inclusive » – situe Barcelone à la première place mondiale des villes ayant le plus grand pourcentage de salariés travaillant dans les ICC

¹⁴⁰ *Ibid.*, P. 29

¹⁴¹ Ce chiffre relativement faible en comparaison à la part des ICC dans l'emploi total pourrait s'expliquer par un nombre important d'indépendants dans le secteur.

¹⁴² *Ibid.*, P. 29

¹⁴³ Dans cette publication, la ville de Barcelone crée sa propre nomenclature de sous-secteur. Il y a le « noyau central » (arts visuels, art de la scène et patrimoine), les « Industries culturelles » (Cinéma/vidéo, TV/radio, Musique, jeux vidéos, presse), les « Industries et activités créatives » (design, architecture, publicité/communication), les « Industries auxiliaires » (éducation artistique et culturelle)

¹⁴⁴ Conseil National de la Culture et des Arts, « The State of Culture and the Arts : Culture, a Key Factor in Public Policies », Mai 2017, P. 11

institutional support to stimulate creative innovation, and especially support for new creators, is insufficient »¹⁴⁵.

De plus, il n'existe pas, à l'heure actuelle, un cluster unique à proprement parler. En effet, différentes structures existent, et sont toutes situées, géographiquement, au cœur du District 22@ (voir Innovation), mais ne sont pas réunies au sein d'une plateforme unique.

- **Disseny Hub Barcelona** : comme précisé ci-dessus, le secteur ICC le plus important à Barcelone est celui du design. Pour lui rendre hommage, un centre du design (le Disseny Hub) a été inauguré en 2014. Celui-ci, en plus de son architecture impressionnante, regroupe, dans un espace commun, le musée du design, le « Fostering Arts and Design » (une association de professionnels et d'entreprises travaillant dans le domaine), le Centre du Design, le musée textile¹⁴⁶,... Plus qu'un lieu dédié uniquement au design, le Disseny Hub se veut un véritable centre culturel avec des infrastructures en suffisance pour accueillir, développer et montrer les talents créatifs de la ville ainsi que pour lier le secteur avec les centres académiques, les créateurs, les entreprises tant de l'écosystème local qu'international¹⁴⁷.

Transition économique et environnementale

Étant donné le peu d'informations trouvés sur la transition économique, la durabilité et la cohésion sociale dans le secteur culturel, aucun projet spécifique n'est mentionné ici.

Rayonnement

Le Cultural and Creative Cities Monitor¹⁴⁸ situe Barcelone, au sein du groupe des villes comptant plus d'un million d'habitants (au nombre de vingt-quatre), à la dix-neuvième place en ce qui concerne la « cultural vibrancy », à la dix-huitième place en termes de « creative economy » et à la première pour ce qui est de « l'Enabling Environment ». Cela mène Barcelone, au classement général du « Cultural and Creative Cities Index », à la treizième place au sein de ce groupe.

Cela s'explique notamment par la place qu'occupe Barcelone dans différents domaines. En termes d'**architecture**, Barcelone est célèbre notamment grâce aux oeuvres de l'architecte Antoni Gaudí. Des chefs-d'œuvre tels que la Sagrada Família, le Park Güell et la Casa Batlló sont des exemples du modernisme catalan, qui a laissé une empreinte durable sur l'architecture mondiale. Au-niveau de l'**art contemporain**, la ville abrite de nombreux musées

¹⁴⁵ Ajuntament de Barcelona, « Government measure for boosting Creative Industries », Octobre 2019, P. 12

¹⁴⁶ Barcelona Bus Turistic, « Disseny Hub – Musée du design de Barcelone », <https://www.barcelonabusturistic.cat/fr/disseny-hub-musee-du-design-de-barcelone> (page consultée le 5 octobre 2023)

¹⁴⁷ Ajuntament de Barcelona, « Government measure for boosting Creative Industries », Octobre 2019

¹⁴⁸ Voir la note de bas de page consacrée au sujet pour Bruxelles

et galeries d'art contemporain, dont le MACBA (Musée d'Art Contemporain de Barcelone) et la Fondation Joan Miró.

Par ailleurs, la **littérature** est également un secteur de grande importance pour Barcelone, véritable cœur de l'édition catalane, espagnole et latino-américaine. En plus de ses 300 librairies, de ses 40 bibliothèques publiques, la ville est connue pour accueillir de grands événements littéraires au premier rang desquels la foire **Liber**, la plus importante d'Europe pour les ouvrages en espagnol et accordant une place prépondérante au numérique¹⁴⁹. Afin d'encourager davantage la créativité, le département « culture » de la municipalité fournit 130 000 euros pour soutenir les événements littéraires et renforcer l'impact international de la ville dans ce domaine. En outre, Barcelone est l'une des villes à **l'origine de l'Agenda 21** de la culture, ce qui témoigne d'une riche expérience en matière de coopération internationale et d'un engagement à placer la créativité au cœur de son programme de politique urbaine, en travaillant à une approche de développement inclusive basée sur la faisabilité économique, l'équité sociale, la responsabilité environnementale et la vitalité culturelle¹⁵⁰. Pour toutes ces raisons, Barcelone fait partie, depuis 2015, du **Unesco Cities Network**¹⁵¹ **pour la partie littérature**.

Innovation

Le Poblenou Urban District (ou District 22@) : en 2000, est lancé un projet de transformation du quartier Poblenou, un site industriel de 200 hectares en un district moderne et innovateur, tout en préservant et en rénovant les composantes historiques du quartier. Aujourd'hui, ce sont plus de 100 petites et moyennes entreprises – la plupart actives dans la création de software et d'applications – qui se trouvent sur le site, ainsi que des galeries d'art, des ateliers d'artistes, des maisons d'édition, des dessinateurs, des maisons de production de films, des écoles de dessin,...¹⁵².

Par ailleurs, bien conscient des limites soulignées dans le point « soutien public », le Culture Institute de Barcelone a développé les « Art Factories », un réseau de 11 centres présents dans différents quartiers de la ville¹⁵³. Ceux-ci représentent une superficie de plus de 30.000 m² de vieux bâtiments industriels reconvertis en espaces de création et d'innovation artistique dans lesquels il est possible de développer un projet libéré de la pression de l'industrie, des médias et du marché. Chacune d'entre elles est liée à un domaine artistique en particulier. Par ailleurs,

¹⁴⁹ UNESCO, « Creative Cities Network : Barcelona », <https://en.unesco.org/creative-cities/barcelona> (page consultée le 12 décembre 2023)

¹⁵⁰ *Ibid.*,

¹⁵¹ Voir la partie « Flandre » pour les explications

¹⁵² Barcelonina, « Le 22@: le futur d'un passé converti en quartier », <https://www.barcelonina.com/fr/blog/le-22-le-futur-dun-passe-converti-en-quartier/> (page consultée le 3 octobre 2023)

¹⁵³ Ajuntament de Barcelona, « Fabriques de Creacio », <https://ajuntament.barcelona.cat/fabriquescreacio/en/fabriques/que-es> (page consultée le 13 octobre 2023)

malgré le fait que ces structures soient des propriétés publiques, elles jouissent d'une large autonomie¹⁵⁴.

Profitant de la Présidence européenne du pays et de sa possible caisse de résonance au niveau européen durant le second semestre de 2023, la ville de Barcelone a rédigé une déclaration relative au développement spécifique des industries culturelles et créatives¹⁵⁵. Celle-ci plaide pour que les Institutions européennes, les états-membres, les autorités locales et régionales travaillent ensemble pour un secteur des ICC plus innovant. Plus précisément, c'est un appel à ce que 10 mesures prioritaires soient mises en place.

1. *To support further research and innovation for and with the cultural and creative industries.*
2. *To boost the collaborative platform for cultural and creative industries that was launched at the event, EKIP¹⁵⁶. This initiative facilitates the development of ecosystem-level policies that promote open innovation, with cultural and creative entities serving as transformation drivers. The result will be strengthened capacity of CCI-actors to engage in and contribute to complex innovation processes, boosting a culture and creativity driven European innovation ecosystem.*
3. *To strengthen innovation policies for the Cultural and Creative Industries with better access to funding and incubators.*
4. *To incentivise, with policy actions, national and European funding initiatives for the competitiveness of European CCIs, supported by programmes and initiatives that strengthen business management, as well as tools that boost training and capacity building in the digital knowledge economy.*
5. *To develop synergies and encourage the innovation ecosystems created and nurtured by the Knowledge and Innovation Communities (KICs) of the European Institute of Innovation and Technology (EIT), in particular the KIC "EIT Culture and Creativity".*
6. *To contribute to make Europe more prosperous, fairer, and greener for generations to come through the New European Bauhaus.*
7. *To stimulate the use of new technologies, artificial intelligence, platforms, digital skills, and other innovations such as the European supercomputing centres, a sector that has not stopped growing, to boost innovation in the CCIs, improve social welfare and contribute to a green transition in cities.*

¹⁵⁴ *Ibid.*,

¹⁵⁵ Gouvernement espagnole, Ministère des sciences et de l'innovation, Ministère de la culture et des sports, « Barcelona statement on cultural and creative industries », P.1
https://apiv1.meetmaps.com/files//8213/barcelona_statement_on_cultural_and_creative_industries_7740713133105.pdf (page consultée le 13 octobre 2023)

¹⁵⁶ Il s'agit d'une plateforme lancée par la Commission européenne le 1^{er} juin 2023 et qui vise spécifiquement à devenir **LA plateforme européenne visant à développer l'innovation dans le secteur des ICC**. Doté d'un budget de 6 millions d'euros, elle rassemble à cette heure 17 partenaires. A ce propos, il est intéressant de noter que, pour la Belgique, ce sont deux organisations privées, Idea Consult et Technopolis group, qui sont présentes alors que la plupart des autres acteurs sont soit des universités soit des collectivités territoriales.

8. *To incite the development of new innovative and sustainable technologies, methods, and materials to restore, preserve and manage cultural heritage, that will improve citizen's quality of life and sense of belonging.*
9. *To foster the opportunity for culture to play an even greater role in driving economic, social, and indeed environmental outcomes. Culture should be considered as an integral part of wider policy agendas, such as social cohesion, innovation, health and well-being, environment, and sustainable local development.*
10. *To propose the increase of the valorisation of knowledge and learning about citizen artistic practices through the reinforcement of cultural entities as Research and Innovation agents. This will suppose the reduction of the structural imbalance between arts and science organizations and will encourage the industry relocation to less developed regions in the Member States¹⁵⁷.*

¹⁵⁷ *Op. cit.*, « Barcelona statement on cultural and creative industries », P.5

Suisse

Données économiques et emploi

En 2022, à l'échelle du pays, autour de **535.000 personnes** étaient employées dans les industries culturelles et créatives. Cela représente **11% de l'emploi national**¹⁵⁸. Au premier rang des sous-secteurs, on retrouve l'emploi IT (170.000 personnes) devant la publicité et le marketing (120.000) et l'architecture (95.000).

Cela représentait 74,01 milliards d'euros en termes de chiffre d'affaires en 2020¹⁵⁹.

Soutien public aux ICC

Le **Zurich Centre for Creative Economies** est un centre d'excellence dédié à la recherche, à l'enseignement et au conseil tout en tenant un rôle d'incubateur. Ce centre est situé sur le **campus de l'université** des arts de Zurich¹⁶⁰. Le site internet de ce centre est une vraie mine d'or concernant le secteur à l'échelle suisse et Internationale : <https://www.zhdk.ch/en/zcce>

Créée en 1939, **Pro Helvetia** est une fondation de droit public suisse, financée en totalité par la Confédération suisse dont les objectifs sont notamment de maintenir et préserver les caractéristiques culturelles du pays¹⁶¹, d'encourager les créations de l'esprit, en s'appuyant sur les forces vives des cantons, des différentes régions linguistiques et des divers milieux culturels, de promouvoir les échanges culturels entre ces régions et ces milieux et enfin, d'entretenir les relations culturelles avec l'étranger¹⁶². En **2022, Pro Helvetia** ce sont 121 collaborateurs, répartis dans **14 pays** (le siège central à Zurich, 10 bureaux de liaisons à Johannesburg, Le Caire, Moscou, New Delhi, Shanghai, Bogota, Buenos Aires, La Paz, Santiago et Sao Paulo, le Centre culturel Suisse à Paris, l'Istituto Svizzero à Rome et le Swiss Institute à New-York¹⁶³). Cela a permis à la fondation de soutenir plus de **2000 projets en Suisse** et **3900 à travers le monde** (dans 98 pays)¹⁶⁴, notamment en leur accordant un soutien total de 29,9 millions de francs suisses.

¹⁵⁸ Zurich Centre for Creative Economies, « Creative Economy Employment Switzerland 2022 », 16 mai 2023, <https://creativeeconomies.com/creative-economy-employment-switzerland-2022/> (page consultée le 17 octobre 2023)

¹⁵⁹ Business France, « Creative Lab Alpin – Vienne - Salzbourg et Berne - Zurich », 2022

¹⁶⁰ Zurich University of the Arts, « Zurich Centre for Creative Economies (ZCCE) », <https://www.zhdk.ch/en/zcce> (page consultée le 17 octobre 2023).

¹⁶¹ Il est sans doute important de souligner que cette fondation a été créée en 1939 avec comme objectif « la défense spirituelle » de la Suisse face à l'Allemagne nazie.

¹⁶² Loi fédérale du 17 décembre 1965 concernant la fondation Pro Helvetia

¹⁶³ Pro Helvetia, « Rapport annuel 2022 », <https://prohelvetia.ch/fr/rapport-annuel/> (page consultée le 17 octobre 2023)

¹⁶⁴ *Ibid.*,

Transition économique et environnementale

Étant donné le peu d'informations trouvés sur la transition économique, la durabilité et la cohésion sociale dans le secteur ICC, aucun projet spécifique n'est mentionné ici.

Rayonnement

Le Cultural and Creative Cities Monitor prend en compte dans son classement quatre villes suisses : Zurich, Genève, Bâle et Berne.

Concernant Zurich, au sein du groupe des villes entre 500.000 et 1.000.000 d'habitants (au nombre de trente-trois), le Cultural and Creative Cities Monitor situe la ville à la cinquième place en ce qui concerne la « cultural vibrancy », à la deuxième place en termes de « creative economy » et à la dixième pour ce qui est de « l'Enabling Environment ». Cela mène Zurich, au classement général du « Cultural and Creative Cities Index », à la troisième place au sein de ce groupe.

Pour Genève, au sein du groupe des villes entre 250.000 et 500.000 habitants (au nombre de quarante-quatre), le Cultural and Creative Cities Monitor situe la ville à la neuvième place en ce qui concerne la « cultural vibrancy », à la sixième place en termes de « creative economy » et à la vingt-septième pour ce qui est de « l'Enabling Environment » et à la huitième place au classement général du « Cultural and Creative Cities Index »..

Quant à Bâle, au sein du groupe des villes entre 250.000 et 500.000 habitants (au nombre de quarante-quatre), le Cultural and Creative Cities Monitor situe la ville à la dix-neuvième place en ce qui concerne la « cultural vibrancy », à la dixième place en termes de « creative economy » et à la vingt-sixième pour ce qui est de « l'Enabling Environment ». Cela mène Bâle, au classement général du « Cultural and Creative Cities Index » à la seizième place au sein de ce groupe.

Enfin, à propos de Berne, au sein du groupe des villes entre 50.000 et 250.000 habitants (au nombre de 95), le Cultural and Creative Cities Monitor situe la ville à la quinzième place en ce qui concerne la « cultural vibrancy », à la première place en termes de « creative economy » et à la treizième pour ce qui est de « l'Enabling Environment ». Cela mène Berne, au classement général du « Cultural and Creative Cities Index », à la première place des villes de cette taille.

La Suisse est le pays hôte de nombreux festivals culturels et créatifs de renommée internationale, comme le Festival de Locarno pour le cinéma, le Montreux Jazz Festival pour la musique, et de nombreux événements liés à l'art contemporain.

Au-niveau de la formation également, la qualité suisse est reconnue. Ainsi, l'Ecole Cantonale d'Art de Lausanne est régulièrement citée parmi les 10 meilleures écoles d'art et de design dans le monde. Fondée en 1821 et rassemblant chaque année 600 étudiants au sein de 6 bacheliers et 5 Master différents dans un très large spectre de secteurs : beaux-arts, cinéma, graphisme, design industriel ou objet,...).

Innovation

Étant donné le peu d'informations sur les projets d'innovation au sein du secteur, cette section n'a pas été élaborée.

Maroc

Données économiques et emploi

Il est **difficile de trouver des données objectives** portant spécifiquement sur le secteur ICC au Maroc. La Fédération des Industries Culturelles et Créatives n'étant mise en place que depuis 2019, un suivi permanent de ces données n'a pas encore été établi. Ce qui est clair, en revanche, c'est que selon la Fédération des Industries Culturelles et Créatives (ci-après FICC), Il y a actuellement 70 fédérations membres du secteur créatif et culturel au Maroc et une moyenne de 100 000 emplois dans le secteur au Maroc, selon la Fédération des industries créatives et culturelles au Maroc. Les emplois directs ont été menacés lors de la pandémie de Covid-19 et environ 1.100 entreprises ont connu une baisse de leur chiffre d'affaires, de 70% en moyenne¹⁶⁵.

Politiques de l'emploi

L'une des principales difficultés de la politique culturelle marocaine est l'absence de politiques ciblant spécifiquement le secteur créatif et culturel. Il y a un manque d'études de marché où un travail analytique a été effectué pour examiner les tendances et les chiffres objectifs du marché¹⁶⁶. Aussi, les programmes gouvernementaux actuels se concentrent plus spécifiquement sur les emplois dans le secteur privé formel et sur les jeunes diplômés. Par ailleurs, le secteur créatif et culturel est caractérisé par une forte surcharge de travail informel¹⁶⁷.

Soutien public aux ICC

Formation professionnelle¹⁶⁸

Au niveau de la formation professionnelle, l'offre en formations techniques ne couvre pas l'ensemble des douze régions. Cette carence se traduit parfois par le recours contraint à de la main-d'œuvre étrangère qualifiée, pour les grands festivals et les tournages, par exemple. Fondé en 2012, l'ISMAC a formé à ce jour cinq promotions spécialisées en technique de l'image et du son. Pour l'année universitaire 2017-2018, sur les 54 lauréats, on en retrouve douze

¹⁶⁵ MEHDI AZDEM – SABRINA KAMILI – DRISS KSIKES, « ICC : quelles transformations pour les industries culturelles et créatives au Maroc », <https://www.wbi.be/fr/news/news-item/etude-icc-queelles-transformation-industries-culturelles-creatives-au-maroc>

¹⁶⁶ MEHDI AZDEM – SABRINA KAMILI – DRISS KSIKES, « ICC : quelles transformations pour les industries culturelles et créatives au Maroc », <https://www.wbi.be/fr/news/news-item/etude-icc-queelles-transformation-industries-culturelles-creatives-au-maroc>

¹⁶⁷ MEHDI AZDEM – SABRINA KAMILI – DRISS KSIKES, « ICC : quelles transformations pour les industries culturelles et créatives au Maroc », <https://www.wbi.be/fr/news/news-item/etude-icc-queelles-transformation-industries-culturelles-creatives-au-maroc>

¹⁶⁸ *Ibid.*,

spécialisés en métiers d'image et quinze en métier du son¹⁶⁹. Avec en moyenne une trentaine de techniciens formés par an, le marché cinématographique peut compter actuellement sur une centaine de lauréats prêts à être embauchés. Généralement, ces techniciens sont recrutés pour des missions de freelance et périodiques. Rares sont les techniciens qui régularisant des contrats de travail salariés au sein de structures culturelles.

Le document de politique générale¹⁷⁰

La note de présentation du budget 2023 s'appuie principalement sur *"la mise en œuvre de grands projets structurants dans le secteur culturel, le rapprochement des services et espaces culturels des citoyens marocains dans les différentes régions du Royaume, la promotion de la production culturelle nationale et l'ancrage des valeurs de la diversité linguistique et créative"*¹⁷¹. Le document note également que *"2022 a été une année de reprise des activités culturelles et de divertissement, suite à une amélioration temporaire de la situation sanitaire"*¹⁷². Plusieurs projets ont permis d'atteindre cet objectif. Ceux-ci avaient pour objectif principal de maintenir les programmes de soutien financés par le Fonds national d'action culturelle, de soutenir les artistes indépendants en les incluant dans le projet de généralisation de la protection sociale à travers le volet assurance maladie obligatoire et de soutenir les activités de la Mutuelle nationale des artistes.

Le budget

Le ministère de la jeunesse, de la culture et de la communications a annoncé les résultats concernant le soutien des projets relatifs au secteur des arts plastique et visuels¹⁷³ au titre de la première session de 2023, précisant que les subventions allouées dépassent les 352.388 euros.

Le montant total des subventions allouées est réparti comme suit¹⁷⁴ :

- **8.253** euros pour les résidences d'artistes
- **127.907** euros pour l'organisations des expositions et des foires des arts plastiques et visuels
- **64.549** euros pour la créativité visuelle
- **151.613** euros pour l'acquisitions d'œuvres d'art

¹⁶⁹ MEHDI AZDEM – SABRINA KAMILI – DRISS KSIKES, « ICC : quelles transformations pour les industries culturelles et créatives au Maroc », <https://www.wbi.be/fr/news/news-item/etude-icc-queelles-transformations-industries-culturelles-creatives-au-maroc>

¹⁷⁰ aujourd'hui.ma , « Actions prévu pour la culture » , <https://aujourd'hui.ma/culture/plf-2023-voici-les-actions-prevues-pour-la-culture>

¹⁷¹aujourd'hui.ma, « Actions prévu pour la culture » , <https://aujourd'hui.ma/culture/plf-2023-voici-les-actions-prevues-pour-la-culture>

¹⁷²aujourd'hui.ma, « Actions prévu pour la culture » , <https://aujourd'hui.ma/culture/plf-2023-voici-les-actions-prevues-pour-la-culture>

¹⁷³ Medias 24, « Mdh alloues au soutien de projets dans les arts plastiques et visuels ministère » , <https://medias24.com/2023/07/03/38-mdh-alloues-au-soutien-de-projets-dans-les-arts-plastiques-et-visuels-ministere/>

¹⁷⁴ *Ibid.*,

Organisations de soutien

FICC (Fédération des industries culturelles et créatives)

La FICC est liée à la Confédération Générale des Entreprises du Maroc. Cette organisation du gouvernement marocain est la voix du secteur privé, représentant et défendant ses intérêts aux niveaux régional, national et international et visant à contribuer à la création d'un environnement favorable aux affaires.

La FICC définit ses actions comme suit¹⁷⁵:

- *Collaborer avec le ministère de tutelle dans l'élaboration de la stratégie nationale des ICC et le développement d'une plateforme digital*
- *Réviser la gouvernance du secteur, mieux le financer et proposer une fiscalité plus incitative.*
- *Enrichir le cadre législatif et offrir une protection sociale adéquate*

Concernant son rôle et ses missions, la Fédération a pour objectifs de:

- *Fédérer les acteurs du secteur pour une meilleure mobilisation et susciter une nouvelle dynamique ;*
- *Permettre l'intégration des industries culturelles et créatives dans le nouveau modèle de développement du Maroc ;*
- *Promouvoir et renforcer le secteur de la Culture au Maroc à travers les filières et métiers qui le composent ;*
- *Devenir une force de propositions vis-à-vis des différentes instances publiques et privées ;*
- *Défendre les intérêts des acteurs de la culture pour favoriser le décollage du secteur (législation, fiscalité, partenariat public-privé, formation, ...) ;*
- *Adopter une approche régionale en s'appuyant sur les représentations régionales de la CGEM ;*
- *Encourager la communication et la fluidité d'échange de l'information au sein du secteur ;*
- *Évaluer l'efficacité du travail mené qui pourra aussi se mesurer à terme par la valorisation des métiers qui structurent le secteur et par l'émergence de talents¹⁷⁶.*

Malgré la création de cette Fédération des Industries Culturelles et Créatives, l'appui institutionnel au secteur créatif et culturel au Maroc reste relativement faible, surtout en

¹⁷⁵ FICC, "federations statutaires FICC", <https://cgem.ma/structures/federations-statutaires/federation-des-industries-culturelles-et-creatives-ficc/>

¹⁷⁶ FICC, "federations statutaires FICC", <https://cgem.ma/structures/federations-statutaires/federation-des-industries-culturelles-et-creatives-ficc/>

comparaison avec les pays européens. Voici une liste des principales organisations institutionnelles (FICC & BMDA) et professionnelles¹⁷⁷:

Ministère de la CJS Département de la Culture

- *Direction des Arts Soutien principalement l'économie de la musique Live :*
 - *Production d'une vingtaine de festivals et soutien à une centaine d'autres;*
 - *Soutien direct à 5-6 opérateurs importants dont Visa For Music (Anya Sarl), Musiques Sacrées de Fès (Association Fes Saiss), et l'Orchestre philharmonique.*

Bureau Marocain des Droits d'auteur (BMDA)

- *Le BMDA assure depuis 1965 la gestion collective des droits d'auteur et des droits voisins, avec une présence prédominante du filière de la Musique dans son portfolio de bénéficiaires (56,8%).*

Association Marocaine des Métiers de la Musique (AMMM)

- *L'AMMM rassemble des professionnels de la musique : artistes, producteurs (musique enregistrée ou festival), directeurs artistiques, programmeurs, directeurs de salles ou de théâtre etc. L'association est affiliée à la FICC.*

Syndicat des professions musicales du Maroc Création

- *Participation à l'élaboration de la loi sur le statut de l'artiste.*

Syndicat libre des musiciens marocains

- *Créé en 1995, le SLMM regroupe des musiciens, des arrangeurs, des compositeurs et des paroliers. Organisateur du Festival de la Chanson Marocaine de Marrakech, du Festival de la Chanson Arabe de Casablanca et du Festival de la Chanson Religieuse de Rabat.*

Comité national de la musique du Maroc (CNMM) Création

- *Le CNMM est membre du CIM – Conseil International de la Musique-Paris).*
- *Prestations et actions artisticoculturelles du C.N.M/Maroc : participation à la Journée Internationale de la Musique du C..I.M ; octroi de prix : « Rabab d'Or » (pour les stars du Monde Arabe), « Ziryab des Virtuoses », « Farabi », « La Fibule d'Or » (pour les Rouayes de la musique tamazight) ; « Prix Mégri de la World Music ».*

Syndicat des auteurs et compositeurs indépendants marocains (SACIM)

- *Le Syndicat Des Auteurs Et Compositeurs Indépendants Marocains opère aux niveaux régional et national et il peut donc créer des succursales sur tout le territoire Marocain.*

Association Marocaine des Entrepreneurs des Spectacles Vivants (AMESVI)

¹⁷⁷ AZDEM M., KAMILI S., KSIKES D., Fédération des Industries Culturelles et Créatives, Wallonie – Bruxelles International.be, « Quelles transformations pour les Industries Culturelles et Créatives au Maroc ? », Janvier 2022, P.71

- *L'AMESVI rassemble des entrepreneurs du secteur des arts vivants au Maroc. Différents métiers y sont représentés : organisation de festivals, programmation, marché musical, production et diffusion de spectacles, booking d'artistes etc.*

Rabbat Gaming

Le Ministre de la Jeunesse de la Culture et de la Communication a lancé un projet en 2021 de créer un écosystème gaming au Maroc. Pour ce faire, la Cité du Gaming de Rabat sera opérationnelle en 2025 avec pour objectif d'employer entre 5000 et 10000 jeunes marocains et générer 5 M dhs (450 millions EUR) en 2030. La Cité du Gaming de Rabat sera un investissement de 25 millions EUR et devrait être finalisée et inaugurée au deuxième trimestre 2025. Ils souhaitent également créer des partenariats internationaux avec des établissements et filières de formation dans le domaine du gaming et de l'e-sport.

Transition économique et environnementale

Étant donné le peu d'informations trouvées sur la transition économique, la durabilité et la cohésion sociale dans le secteur ICC, aucun projet spécifique n'est mentionné ici.

Rayonnement

La création de la **Fédération des Industries Culturelles et Créatives**¹⁷⁸ au sein de la Confédération Générale des Entreprises du Maroc et la tenue de sa première assemblée plénière en 2017 pour la mission de promouvoir le développement économique des industries culturelles, en vue de faire reconnaître le secteur privé dans ce domaine et d'assurer la croissance d'emplois de qualité dans le secteur. L'organisation est l'une des 37 fédérations sectorielles de la Confédération. Elle regroupe les acteurs impliqués dans la création, le développement, la production, la promotion, la diffusion ou la commercialisation de biens, de services et d'activités à contenu culturel, artistique ou patrimonial.

Par ailleurs, **Essaouira** fait partie du réseau des **villes créatives** de l'Unesco¹⁷⁹ en ce qui concerne **la musique**. Cela se voit notamment aux 12 festivals de musique réguliers et 11 sociétés d'événementiels spécialisées en musique créées par des jeunes de la ville¹⁸⁰. En tant que Ville créative de musique, Essaouira envisage notamment de lancer une section « Industries Culturelles et Créatives » ayant pour objectif le développement des pôles de créativité, le renforcement de la création et de la production au niveau local et le soutien aux jeunes entrepreneurs ou encore de créer un Conservatoire itinérant pour les écoles de

¹⁷⁸ CGEM, « Fédérations des industries culturelles et créatives FICC, » <https://cgem.ma/structures/federations-statutaires/federation-des-industries-culturelles-et-creatives-ficc/>

¹⁷⁹ Voir la Flandre pour les explications

¹⁸⁰ L'Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture, « Réseau des villes créatives, Essaouira », <https://fr.unesco.org/creative-cities/essaouira> (page consultée le 21 décembre 2023)

l'arrière-pays de la ville afin d'améliorer l'accès et la participation à la vie culturelle des personnes défavorisées¹⁸¹.

Aussi, **le cinéma est un secteur important pour le Maroc**. Le Festival international du film de Marrakech est l'un des plus importants de la région. Le festival a été créé en 2001 pour promouvoir le développement du secteur cinématographique au Maroc. L'industrie cinématographique marocaine est basée à **Ouarzazate**. Elle est surnommée "le Hollywood de l'Afrique". En raison de ses nombreux bâtiments culturels et historiques et de son patrimoine, la ville est souvent utilisée comme décor.

D'ici 2023, l'industrie cinématographique devrait réaliser un chiffre d'affaires de 100 millions de dollars, notamment grâce à l'arrivée de certaines superproductions. Par exemple, Le Monde a affirmé qu'avec un budget de 200 millions de dollars, "Gladiator 2" sera le film le plus cher produit dans un pays nord-africain en 2023. La même source ajoute que le film devrait générer à lui seul environ 300 millions de dirhams (30 millions de dollars) de recettes locales, citant le **Centre cinématographique marocain (CCM)**.¹⁸²

Marrakech du Rire

Depuis 2011, le Marrakech du Rire s'est imposé comme le festival international de l'humour réunissant des personnalités du cinéma, de l'audiovisuel, de la musique et du sport.

Rabbat Gaming

Le **Morocco Gaming Expo** qui se déroulera fin mai sera le premier événement de la sorte en Afrique. L'objectif marocain est d'attirer un géant du secteur tel que Sony ou Ubisoft pour bâtir un écosystème autour de celui-ci, comme ils l'ont fait avec beaucoup de succès dans les domaines automobile avec Renault ou aéronautique avec Bombardier, qui ont permis de développer ces deux écosystèmes avec des centaines d'acteurs locaux. L'objectif est de créer un écosystème d'environ 145 sous-traitants marocains. 94% de la production devrait être exportée mais le marché local devrait connaître une croissance annuelle de 10% pour atteindre 30 millions d'euros de revenus en 2030.

Innovation

Des prévisions de croissance intéressantes faites par l'organisation **APEBI**¹⁸³ (la Fédération de technologies de l'information, de télécommunications, et de l'off-shoring) dans son rapport des tendances actuelles, prévoit que la **réalité augmentée et virtuelle** va être amené à bouleverser le divertissement à l'échelle mondiale et souligne que le Maroc pourrait créer un écosystème intégré qui permettrait de générer des emplois et de capitaliser sur les talents

¹⁸¹ *Ibid.*,

¹⁸² <https://www.moroccoworldnews.com/2023/06/356170/moroccan-film-industry-to-generate-record-profits-in-2023>

¹⁸³ <https://apebi.org.ma/>

créatifs et les compétences techniques des professionnels marocains afin de pleinement participer à l'offre mondiale de divertissement immersif.¹⁸⁴

¹⁸⁴ IF Maroc, « Cartographie et étude des ICC »[chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://if-maroc.org/wp-content/uploads/2021/02/Cartographie-et-etude-des-industries-culturelles-et-creatives-numeric-riques-au-Maroc-010121.pdf](https://if-maroc.org/wp-content/uploads/2021/02/Cartographie-et-etude-des-industries-culturelles-et-creatives-numeric-riques-au-Maroc-010121.pdf), P29

Montréal et Québec

Données économiques et emploi

Données sur l'emploi¹⁸⁵

Avec plus de **124 000 emplois directs**, le secteur créatif et culturel représentait 2,9 % de l'emploi total dans la province en 2021. L'emploi est resté relativement stable pour l'ensemble des ICC entre 2015 et 2019, mais il y a eu des différences notables durant ces années entre les différents sous-secteurs ICC. Le sous-secteur le plus important était celui des arts (26 % des emplois), suivi de près par les médias/audiovisuels (22 %) et les communications créatives (16 %). **La part des emplois dans le sous-secteur du multimédia** est passée de 10 % en 2015 à 15 % en 2019 et celle du sous-secteur des arts de 22 % à 26 %. La part des emplois dans le sous-secteur du multimédia est passée de 10 % en 2015 à 15 % en 2019 et celle du sous-secteur des arts de 22 % à 26 %, tandis que la part du sous-secteur des médias et de l'audiovisuel est passée de 29 % en 2015 à 22 % en 2019. La part du sous-secteur des médias/audiovisuel est passée de 29 % en 2015 à 22 %.

Autres données¹⁸⁶

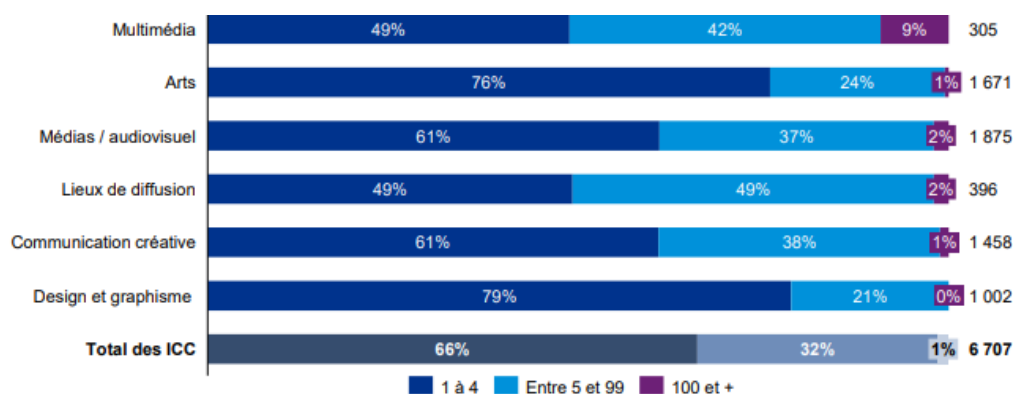
Par ailleurs, le **revenu moyen** de l'ensemble des travailleurs des industries culturelles et créatives était de 53 200 \$ en 2020, soit un niveau légèrement inférieur à celui de l'ensemble des industries au Québec (54 900 \$). Quant au PIB, il a connu une croissance de 3,4 % sur une période allant de 2015 à 2019, atteignant 7,8 milliards \$ en 2019. Et ce, malgré une année 2020 qui a vu la pandémie de Covid-19 entraîner un recul du PIB de 14,3%.

La croissance du PIB a été largement menée par le sous-secteur du Multimédia, qui a connu une croissance annuelle de 12,4 % sur la période.

Les ICC sont caractérisées par une forte proportion de **petites et de « micro-entreprises »**. Comme l'indique la figure suivante, 66 % des entreprises sont composées de moins de 5 employés, alors que seulement 1 % comptent plus de 100 employés.

¹⁸⁵ KPMG, « Gouvernement de Québec : Portrait statistique des industries culturelles » chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfndmkaj/https://cdn-contenu.quebec.ca/cdn-contenu/adm/min/culture-communications/publications-adm/acces-information/demandes-acces/2022/2204001-001-document.pdf

¹⁸⁶ KPMG, « Gouvernement de Québec : Portrait statistique des industries culturelles » chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfndmkaj/https://cdn-contenu.quebec.ca/cdn-contenu/adm/min/culture-communications/publications-adm/acces-information/demandes-acces/2022/2204001-001-document.pdf



Source : Statistique Canada Registre des entreprises canadiennes — données en date de juin 2021 ; Association du logiciel de divertissement 2021 Economic impact report ; BCTQ Statistique 2020 — VFX et animation rémunération et emploi ; Analyse KPMG

Figure 2: <https://cdn-contenu.quebec.ca/cdn-contenu/adm/min/culture-communications/publications-adm/acces-information/demandes-acces/2022/2204001-001-document.pdf>

Ainsi, plus des trois quarts des entreprises des ICC ne comptent aucun employé. Cette proportion est la plus importante dans le sous-secteur des Arts (86,6 %) et la moins importante dans celui des « lieux de diffusion (47,7 %) ». Cette proportion est plus élevée que 70 % dans les trois autres sous-secteurs pour lesquels les données sont disponibles.

Dans la province du Québec, une région administrative possède une importance toute particulière au niveau des ICC. Il s'agit de celle de **Montréal** puisque ce n'est pas moins de 6,5 % de l'emploi total de la ville qui a cours au sein des ICC. C'est aussi dans cette ville que les dépenses gouvernementales en culture sont les plus importantes par habitant. Excepté Montréal, ce sont les régions administratives de Laval, de la Montérégie, des Laurentides et de l'Outaouais qui comptent parmi les régions à plus forte intensité en ICC.

Soutien public aux ICC

L'aide gouvernementale accordée dans la région de Québec au secteur des ICC s'élève à **551 millions de dollars annuellement**, selon les données disponibles pour les années 2019 à 2021. Sur ce total, 542 millions de dollars vont aux entreprises créatives digitales, tandis que 9 millions de dollars vont aux artistes et aux organisations qui les soutiennent. La principale source de ce financement provient des crédits d'impôt (90 %), suivis des contributions gouvernementales au financement de projets (5 %), puis des subventions (5 %). Il existe également d'autres sources de financement public pour les industries créatives, les arts, la technologie et l'entrepreneuriat en général.¹⁸⁷

La grande majorité des bailleurs de fonds publics concernés par le secteur s'adresse soit aux artistes, soit aux entreprises.

¹⁸⁷ Culture Montreal, « Rapport financement », chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://culturemontreal.ca/app/uploads/2022/05/Culture-Montreal_Rapport-financement_Final.pdf

Diverses organisations et entreprises sont responsables de la grande majorité du financement du secteur créatif et culturel dans la région du Québec. Il s'agit des organisations suivantes¹⁸⁸ :

- Fonds des médias du Canada (FMC)
- Société de développement des entreprises culturelles (SODEC)
- Exportation créative Canada (ECC)
- Téléfilm Canada Office national du film du Canada (ONF)
- Crédits d'impôt provinciaux et fédéraux Conseil des arts de Montréal (CAM)
- Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ)
- Conseil des arts du Canada (CAC)

Le Conseil des arts et des lettres du Québec a remanié son programme de subventions aux artistes afin de mieux répondre à leurs besoins¹⁸⁹. Organisé en neuf volets, le programme de subventions offre un soutien financier à un large éventail d'activités dans toutes les disciplines, quelle que soit l'expérience de l'artiste. L'objectif de l'organisme est de mieux répondre aux besoins des artistes et d'améliorer les conditions de leur pratique. Les changements récents introduits par le Québec dans sa refonte du programme comprennent des conditions d'admissibilité plus souples, un élargissement des types d'activités soutenues et des ajustements aux montants maximaux¹⁹⁰.

Pour ce programme, il existe une enveloppe budgétaire globale et aucune limite n'est fixée pour les différentes parties du programme.

Les détails de la candidature peuvent être consultés sur le site web¹⁹¹.

1. Exploration et recherche

Ce programme vise à soutenir financièrement le risque inhérent au processus de recherche afin de promouvoir l'innovation dans l'art et l'exploration de nouvelles voies qui contribuent au développement des disciplines. Le programme peut également soutenir des phases de recherche et d'expérimentation préalables à la création d'une œuvre, d'une exposition ou d'une publication.

2. La création

¹⁸⁸ Habo, « Investissements Quebec, chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgltclefindmkaj/https://culturemontreal.ca/app/uploads/2022/05/Culture-Montreal_Rapport-financement_Final.pdf, p28

¹⁸⁹ <https://www.calq.gouv.qc.ca/en/about/frequently-asked-questions/grant-program-for-artists>

¹⁹⁰ <https://www.calq.gouv.qc.ca/en/about/frequently-asked-questions/grant-program-for-artists>

¹⁹¹ <https://www.calq.gouv.qc.ca/en/grants/grants-program-for-artists/programme-de-bourses-aux-artistes>

Ce volet du programme vise à soutenir la création de nouvelles œuvres et à aider au développement de la pratique des artistes et des indépendants.

3. Présentation publique

Vise à soutenir financièrement la présentation publique d'œuvres, de spectacles ou d'expositions, à encourager la diffusion des œuvres québécoises et à faciliter l'accès du public à ces œuvres au Québec et à l'étranger.

4. Déplacements

Soutien aux artistes professionnels et aux commissaires pour leur permettre de se déplacer au Québec, au Canada et à l'étranger afin de répondre à des invitations qui contribueront au développement de leur carrière.

5. Circulation des œuvres au Québec.

Vise à générer la visibilité du travail des artistes et des conservateurs au Québec, à prolonger la durée de vie des œuvres, à accroître les publics et à faciliter les rencontres entre le public et les œuvres.

6. Circulation des œuvres hors Québec

Vise à fournir une exposition, identique à la partie du programme mentionnée ci-dessus, mais en dehors de la région du Québec.

7. Développement professionnel

Vise à aider les artistes et les conservateurs à participer à des activités de développement professionnel afin d'acquérir les connaissances et les compétences dont ils ont besoin pour faire progresser leur carrière. Cela comprend également des activités de gestion de carrière.

8. Publication et documentation critique

Vise à soutenir l'avancement des connaissances dans différentes pratiques artistiques et à sensibiliser le public au travail des artistes et des conservateurs québécois.

9. Opportunités stratégiques et planification de carrière

Vise à soutenir un projet ou un ensemble de projets à court ou à long terme, afin de permettre aux artistes de saisir des opportunités décisives pour le développement et la planification de leur carrière et pour l'exploitation de leur travail.

Stratégie pour l'essor de la créativité numérique en culture 2023-2028

La stratégie pour l'émergence de la créativité numérique en culture 2023-2028 du ministère de la Culture et des Communications mérite également d'être mentionnée. Après avoir consulté différents acteurs des secteurs culturels en 2021, la recherche a révélé les nombreux défis et opportunités pour le Québec au sein du secteur culturel. La stratégie repose sur la

vision suivante : développer et stimuler la créativité numérique et fournir les outils possibles pour favoriser le rayonnement international du Québec. Un deuxième volet consiste à promouvoir la culture auprès des citoyens et des jeunes.

Pour concrétiser la vision de la présente Stratégie, des priorités d'action ont été établies¹⁹² :

- appuyer, dans l'ensemble des régions du Québec, les entreprises et les organismes formant l'écosystème de la créativité numérique pour qu'ils s'inscrivent dans la croissance et contribuent à la consolidation des marchés national et internationaux;
- accroître l'accès à la culture pour tous les publics par des vecteurs innovants et immersifs permettant de joindre diverses clientèles, particulièrement les jeunes;
- stimuler l'innovation par un soutien au développement de concepts, d'expériences et de produits culturels québécois en créativité numérique, particulièrement ceux utilisant les technologies émergentes et les formats hybrides;
- soutenir le maillage entre les créatrices, les créateurs, les entreprises de créativité numérique et les gestionnaires d'espaces publics et de lieux propices à la diffusion culturelle;
- contribuer au dynamisme local et régional par l'intermédiaire de la créativité numérique dans les espaces publics propices à la diffusion culturelle;
- accentuer le développement d'une image de marque forte de la créativité numérique au Québec.

L'étude s'articule autour de deux phases et de quatre axes différents. La phase 1 se déroule de 2023 à 2025 et s'intitule "agir maintenant, avec pertinence". Elle comprend les axes suivants.¹⁹³

Axe 1 : La diffusion de l'art numérique dans la culture

Axe 2 : Un financement adapté pour un secteur en forte croissance

Axe 3 : Un écosystème créatif fort : cohésion, réseaux et partenariats.

La phase 2 se déroule de 2025 à 2028 et s'intitule "déployer un leadership mobilisateur en appui aux industries culturelles et créatives (2025-2028)". Elle comprend l'axe suivant :

Axe 4 : Une stratégie agile qui s'adapte au secteur

¹⁹²Gouvernement de Canada, « Stratégie créative et numérique »

<https://www.quebec.ca/gouvernement/ministere/culture-communications/publications/strategie-creativite-numerique>

¹⁹³ Gouvernement de Canada, « Stratégie créative et numérique »

<https://www.quebec.ca/gouvernement/ministere/culture-communications/publications/strategie-creativite-numerique>

Transition économique et environnementale

Des données spécifiques à la région du Québec n'étant pas évidentes à trouver, une vision plus générale sur les politiques canadiennes de transition économique et environnementale est apportée ici.

Le plan de politique culturelle canadienne le plus récent a été établi en 2017, sous le nom de "Creative Canada". La nouvelle politique décrit une stratégie actualisée du gouvernement canadien visant à faire du pays un leader mondial des industries créatives¹⁹⁴. L'approche vise à tirer parti du succès du secteur créatif canadien, en reconnaissant le rôle crucial de la créativité et de l'innovation dans les économies futures. Le CCPF (Creative Canada Policy Framework) semble avoir cimenté le passage d'une approche protectionniste à une approche axée sur le marché dans la politique culturelle canadienne, s'alignant sur la transition progressive du discours sur les industries culturelles à celui sur les industries créatives qui se déroule depuis des décennies¹⁹⁵. La politique souligne l'importance d'investir dans le développement des talents, de cultiver un marché intérieur solide pour le contenu et de relever les défis posés par l'ère numérique et du changement climatique.

Avec un engagement gouvernemental de 1,9 milliard de dollars, la politique trace la voie de la croissance et de l'investissement dans le secteur créatif du Canada.¹⁹⁶ Elle intègre les résultats d'un processus de consultation approfondi et transparent, auquel ont participé des milliers de Canadiens par l'intermédiaire de plateformes en ligne, d'événements organisés dans les villes, des médias sociaux et de discussions d'experts. L'objectif principal est de défendre les valeurs canadiennes telles que la dualité linguistique, la diversité culturelle et une relation renouvelée avec les peuples autochtones dans un paysage numérique en pleine évolution.

Rayonnement

Symbole du rayonnement culturel de ces deux villes, Montréal et Québec font partie du réseau des **villes créatives** de l'Unesco¹⁹⁷ en ce qui concerne **le design** pour la première et **la littérature** pour la seconde. Concernant le design, Montréal fut par exemple, en 1991, la première ville en Amérique du Nord à créer un poste de **Commissaire au design**, exclusivement dédié au développement et à la promotion de ce secteur ainsi qu'à sensibiliser des acteurs privés et publics aux bénéfices d'un design de qualité¹⁹⁸. Par ailleurs, la ville dispose également d'un **nombre important de lieux pour présenter le design dans ses multiples manifestations** et d'accueillir des organisations reconnues qui mettent en valeur les créations des designers et des architectes de Montréal et d'ailleurs. Ces organisations comprennent le Centre de design de l'Université du Québec à Montréal, le Centre canadien d'architecture, le Musée des

¹⁹⁴ Gouvernement du Canada, « Creative Canada : Policy Framework », P.5

¹⁹⁵ Bourcheix-Laporte, M, « Creative Canada: A critical look at a "new" cultural policy framework ». Canadian Radio-television and Communications Commission (CRTC), 2019

¹⁹⁶ *Op. Cit.*, « Creative Canada : Policy Framework », P.6

¹⁹⁷ Voir la Flandre pour les explications

¹⁹⁸ L'Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture, « Réseau des villes créatives, Montréal », <https://fr.unesco.org/creative-cities/montr%C3%A9al> (page consultée le 21 décembre 2023)

beaux-arts de Montréal et la Maison de l'architecture du Québec¹⁹⁹. En ce qui concerne Québec et la littérature, on trouve aujourd'hui dans la ville **250 créateurs littéraires** et plus de **100 organismes**, éditeurs et libraires²⁰⁰.

Hub Montréal

Hub Montréal²⁰¹ est une organisation basée à Montréal responsable de l'organisation d'événements industriels internationaux et qui vise à contribuer au développement des entreprises et du paysage entrepreneurial dans la région du Québec, et à mettre Montréal sur la carte en tant que ville d'influence créative. Chaque année, l'événement Hub Montréal est organisé et plus de 100 acheteurs internationaux sont réunis pour rencontrer des entreprises du secteur créatif et culturel.

Outre le festival annuel, plusieurs événements sont mis en avant sous la forme d'un cycle annuel²⁰² :

- **Immersive Tech week**

Dans le cadre du festival d'innovation immersive tech week, Montréal sera présent à Rotterdam en tant que partenaire de l'immersive tech week.

- **Hub Montréal at IAAPA**

Hub Montréal a été invité, aux côtés d'investissement Québec international, à tenir un stand, "the creative hub Montréal lemonade stand" afin de montrer l'expertise des entreprises créatives québécoises et de promouvoir les opportunités d'affaires.

- **Hub Montreal à "European network of science centres and museums"**

A l'occasion de cette conférence internationale réunissant des musées scientifiques de plus de 50 pays, l'équipe de Montréal a pu démarcher de nouveaux acteurs du monde muséal, découvrir les grandes tendances du secteur et promouvoir la 7e édition de hub et l'écosystème numérique québécois.

- Des **missions commerciales** vers New York et d'autres destinations tout au long de l'année (New York, Paris, et Mexico City en 2023)

- **Hub Montreal à "South by Southwest Festival"**

Hub Montréal a été mandaté par « Québec Invest » pour coordonner la production et la programmation des journées du Québec les 13 et 14 mars 2023 durant ce festival annuel réputé pour ses conférences et ses festivals qui célèbrent la convergence de la technologie, du cinéma, de la musique, de l'éducation et de la culture.

C2 Montréal

Un concurrent de Hub.Montréal est **C2 Montréal**. Il s'agit d'une organisation à but non lucratif qui organise chaque année une conférence internationale à Montréal, au Québec. Elle dure trois jours et vise à stimuler l'économie de la province de Québec en facilitant la collaboration

¹⁹⁹ *Ibid.*,

²⁰⁰ L'Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture, « Réseau des villes créatives, Québec », <https://fr.unesco.org/creative-cities/quebec> (page consultée le 21 décembre 2023)

²⁰¹ <https://hubmontreal.com/en>

²⁰² Hub Montreal, "An international annual cycle", <https://hubmontreal.com/en/circuit>

et le réseautage au sein des communautés d'affaires et créatives. La déclaration de mission de C2 Montréal indique clairement l'objectif de l'organisation.

*« C2 Montréal est un organisme à but non lucratif qui vise à faire progresser l'économie et la société québécoise en engageant les leaders, innovateurs et décideurs d'aujourd'hui et de demain dans un dialogue collaboratif qui génère des liens utiles et durables. Nous sommes une plateforme de rassemblement avant-gardiste où le commerce et la créativité fusionnent pour créer des expériences transformatrices qui se déroulent dans un cadre sans pareil. »*²⁰³

La majorité des participants à C2 Montréal proviennent de petites et moyennes entreprises (moins de 100 employés) qui concluent des ententes avec d'autres partenaires québécois, créant ainsi des synergies au sein de l'écosystème entrepreneurial de la province. Les entreprises qui participent à C2 Montréal génèrent un impact économique de plus de 500 millions de dollars au Québec.

L'organisation est en partie soutenue par les pouvoirs publics. En 2023, C2 MNTL a reçu un autre soutien financier du gouvernement du Canada pour soutenir la 12e édition de C2 MNTL. La somme de 750 000 \$ soutiendra l'innovation et le réseautage au sein de l'écosystème entrepreneurial tout en contribuant à la réputation de Montréal en tant que métropole créative.

L'événement annuel du C2 MNTL se déroulera du 21 au 23 mai 2024 et proposera divers laboratoires, conférences, performances et pièces ouvertes. Cette année, comme les années précédentes, plus de 5 000 participants sont attendus en provenance de plus de 50 pays différents. En plus de l'événement annuel, il y a aussi un concours pour les start-ups et les entrepreneurs émergents. Lancé en 2021, le concours donne l'opportunité à 25 start-ups québécoises d'accéder au réseautage, à la visibilité et à des outils pour développer la start-up.

Lojik

Lojik est un organisme québécois pour les jeunes. Les Offices jeunesse internationaux du Québec sont un organisme public qui représente les organisations de mobilité internationale pour les jeunes. LOJIQ a pour mission de *"favoriser le développement personnel et professionnel des jeunes adultes de 18 à 35 ans en les aidant à réaliser un projet de mobilité au Québec, au Canada ou à l'étranger"*²⁰⁴. L'organisation développe différents programmes qui visent à rapprocher les jeunes du paysage entrepreneurial. Plusieurs programmes sont possibles, mais l'accent est mis ici sur le programme de développement de carrière. Ce programme vise à aider les jeunes professionnels de tous horizons à développer des projets via des :²⁰⁵

- Activités culturelles et artistiques
- Développement et partage d'expertise

²⁰³ C2MNTL, "Governance", <https://c2montreal.com/governance>

²⁰⁴ Lojik, « about us », <https://www.lojiq.org/>

²⁰⁵ Lojik, « career development », <https://www.lojiq.org/english/>

- Stages

Les aspects suivants sont importants pour la participation à ce projet²⁰⁶ :

- *Réaliser un projet artistique, culturel ou de promotion des arts (recherche, production, coproduction, résidence d'artistes, etc.)*
- *Participer à un festival ou à une foire artistique*
- *Assister à une cérémonie de remise de prix ou à un événement reconnaissant l'excellence artistique*
- *Proposer ou participer à des activités de formation de courte durée*
- *Participer à une conférence, une foire, un séminaire ou un forum ou assister à un événement*
- *Effectuer un stage*
- *Participer à un projet de recherche*
- *Développer un réseau de contacts*

Personne de contact

Gabrielle Plasse (Program Technician)

1 800 465-4255, ext. 311

gplasse@lojiq.org

Cirque du Soleil

Le siège du Cirque Du Soleil, situé à Montréal, est un élément essentiel du secteur créatif et culturel. Aujourd'hui, l'entreprise emploie près de 4 000 personnes dans le monde, dont 1.200 artistes. Le Cirque n'a reçu aucune subvention du secteur public ou privé depuis 1992²⁰⁷.

Autres

Les services de soutien sont principalement offerts aux entreprises plutôt qu'aux artistes et aux organisations culturelles. Divers organismes et services d'orientation, en particulier à Montréal, servent principalement à orienter les entreprises du secteur créatif et culturel et moins à soutenir les artistes ou les organisations. Les différents programmes sont présentés ci-dessous.²⁰⁸

- La Piscine (4 programmes)
- Zú (5 programmes et services)
- MT Lab –Programme incubation Culture pour tous

²⁰⁶ Lojik, « career development », <https://www.lojiq.org/english/>

²⁰⁷ CDS, “About Cirque”, <https://www.cirquedusoleil.com/press/kits/corporate/about-cirque>

²⁰⁸ Habo, « Investissements Quebec », https://culturemontreal.ca/app/uploads/2022/05/Culture-Montreal_Rapport-financement_Final.pdf, p 38

- Labculturel Cabinet créatif Missions à l'étranger (industrie du jeu vidéo)
- CEIM Programme de soutien à l'innovation
- La Guilde ParcoursC3
- Programme d'accélération du commerce international (PAC)
- Inno centre Culture Outaouais Numérique 02

Innovation

L'innovation et les arts numériques apparaissent sous différents aspects dans le secteur créatif et culturel. Par exemple, sur le site web du Québec concernant les différents programmes de soutien, il est spécifiquement fait mention des arts digitales, ainsi que de la réalité virtuelle, etc. Dans toutes les sections du programme général de subventions, il existe une discipline "arts digitales". Une mesure temporaire est mise en place chaque année²⁰⁹.

Les arts digitales sont définis comme « *des explorations et des pratiques artistiques dont les processus et les œuvres utilisent principalement la technologie numérique pour la création et la diffusion*²¹⁰ ». Ils comprennent les pratiques fondées sur l'utilisation des technologies de l'information et de la communication, qu'elles soient informatiques, électroniques, digitales, sonores, interactives ou web, et incluent l'art audio et la réalité augmentée et virtuelle.

Deux événements différents sont importants au Québec dans le domaine de la numérisation et de l'innovation dans le secteur de la création et de la culture. Il s'agit des événements de SXSW²¹¹ et de Xn Québec²¹².

Xn Québec²¹³

L'Association québécoise des producteurs d'expériences digitales crée et anime des événements clés, qu'il s'agisse de lobbying auprès des institutions publiques et politiques ou de la rédaction d'études et de la production de contenus sur la création numérique au Québec, Xn Québec met tout en œuvre pour contribuer au développement, au financement, au recrutement et aux collaborations dans ce secteur.

NUMIX LAB est un nouveau forum international annuel visant à accélérer la mise en réseau et à promouvoir la coopération, les coproductions et la circulation des œuvres et des savoir-faire. L'objectif est de fédérer une communauté autour de la créativité numérique afin de faciliter les collaborations entre les secteurs culturel, audiovisuel. Organisé par XNQuebec, le

²⁰⁹ <https://www.calq.gouv.qc.ca/en/about/frequently-asked-questions/grant-program-for-artists>

²¹⁰ *Ibid.*,

²¹¹ Voir la partie « Rayonnement » pour plus d'informations

²¹² Quebec Investissements, « Quebec a leader in the creation of unique experiences », <https://www.investquebec.com/international/en/press-room/news/Quebec-a-leader-in-the-creation-of-unique-experiences.html>

²¹³ <https://www.xnquebec.co/>

festival 2023 s'est déroulé à Bruxelles et à Amsterdam et participation a été estimée à 150 organisations.²¹⁴

Ensuite, il y a les prix décernés lors des événements. Cette cérémonie de remise de prix existe depuis 2010 et a pour but de souligner l'excellence du secteur numérique au sein de la CCI.

“Depuis 2010, les PRIX NUMIX récompensent l'excellence des contenus numériques du Québec. Cette reconnaissance attribuée par les pairs, soit différents jurys composés de professionnel.le.s issu.e.s des milieux culturel et numérique, contribue à faire des PRIX NUMIX un moment privilégié qui dépasse maintenant l'enjeu d'un simple concours. Chaque édition offre l'occasion aux producteur.rice.s et artisan.ne.s de se rencontrer, d'échanger, de porter un regard critique sur les réalisations de l'année, d'observer les tendances de l'heure et, ce faisant, d'ouvrir la voie à des développements inédits. Le gala des PRIX NUMIX est ainsi devenu au fil du temps un lieu d'incubation d'idées et d'innovations pour notre jeune industrie.”²¹⁵

²¹⁴ NumixLab, « Numix Lab en Europe », <https://numix.ca/numix-lab-2023-en-europe/>

²¹⁵ Numix, « Numix a propos », <https://numix.ca/a-propos-prix-numix/>

Sénégal

Données économiques et emploi

Au Sénégal, les industries culturelles et créatives sont en pleine croissance, mais il est difficile de trouver des chiffres précis sur leur poids économique. Cependant, il est clair que ces industries sont considérées comme un secteur clé pour le développement du pays.

Un problème majeur dans le pays est constitué par les préoccupations concernant les procédures de formalisation, en particulier les appréhensions liées au paiement des impôts. Malgré l'ambition d'adhérer aux normes établies, ces craintes entravent la croissance du secteur.

LES ICC sont reconnues comme une source majeure d'indépendance économique, de création d'emplois, de cohésion sociale et de bien-être. La fondation Youssou Ndour, par exemple, souligne l'importance de ces industries en organisant le forum sur les ICC à Dakar, mettant l'accent sur les emplois pour la jeunesse et les conditions nécessaires pour réaliser leur potentiel. Ce forum vise à renforcer le positionnement des ICC africaines dans le monde par des partenariats opérationnels et le dialogue interculturel.

Ces informations tendent à montrer l'importance croissante des ICC comme moteurs économiques et créateurs d'emplois, tout en soulignant la nécessité d'une approche plus structurée et soutenue pour surmonter les obstacles et saisir les opportunités dans le secteur. Bien que les chiffres spécifiques au Sénégal ne soient pas détaillés, l'engagement envers les ICC et les efforts pour surmonter les défis structurels indiquent un potentiel significatif pour le développement économique et culturel du pays à travers ces industries.

Soutien public aux ICC

L'engagement du Sénégal à reconnaître et à renforcer son potentiel culturel et créatif est évident dans la prévalence des espaces d'apprentissage informels, qui exercent une influence substantielle sur le secteur créatif et culturel. Les initiatives et les politiques du gouvernement soulignent cet engagement, comme en témoignent l'attribution de 15 % des commandes de mobilier public aux artisans locaux et la mise en place d'institutions qui soutiennent activement un éventail de domaines artistiques. Ces efforts concertés reflètent une approche proactive de la promotion de la richesse culturelle du pays²¹⁶.

Deux des principales entités publiques qui financent les secteurs culturels sont Le ministère de la Culture et du Patrimoine Historique (MCPH) et le FDCU, Fonds de développement des Cultures urbaines.

²¹⁶ Laboratoire de Recherche sur les Transformation Economiques et Sociales LARTES-IFAN, « L'Industrie Culturelle et Créative (ICC) au Sénégal : emploi, formation, formalisation et patrimoine immatériel », Juillet 2023, P.11

Le FDCU s'inscrit dans une politique culturelle globale favorable à la structuration du secteur. Sa mise en place via une dotation exceptionnelle du Président de la République, vise à trouver des solutions aux problématiques liées à l'emploi des jeunes. Doté d'un budget initial de 300.000.000 de francs CFA, il a été doublé par le Chef de l'État pour atteindre ainsi un montant de 600.000.000 de francs CFA à partir de 2019²¹⁷.

Le FDCU permet de :

- Soutenir la formation, la structuration, la diffusion et l'évènementiel, la création, la production, les échanges et la mobilité ;
- Valider et encourager les contributions et les efforts des jeunes des Cultures urbaines ;
- Favoriser et promouvoir la culture de l'effort ;
- Contribuer à la professionnalisation et l'employabilité des jeunes.

Outre le FDCU, l'État sénégalais a également mis en place plusieurs fonds destinés à soutenir les ICC, tels que le Fonds d'aide à l'édition, le Fonds de promotion de l'industrie cinématographique et audiovisuelle (Fopica), et le Fonds d'aide aux artistes. Ces fonds visent à fournir un soutien financier nécessaire pour la création, la production et la distribution d'œuvres culturelles et créatives.

Le gouvernement travaille également à améliorer le cadre légal et réglementaire pour favoriser le développement des ICC. Cela comprend la protection des droits de propriété intellectuelle et la lutte contre la piraterie, essentiels pour sécuriser les revenus des créateurs et des entrepreneurs culturels.

Un autre axe important du soutien public aux ICC au Sénégal est la mise en place de programmes de formation et de professionnalisation pour les acteurs du secteur. L'objectif est d'améliorer les compétences et les capacités des créateurs et des gestionnaires culturels, contribuant ainsi à une meilleure qualité et compétitivité des productions sénégalaises sur le marché international²¹⁸.

Transition économique et environnementale

En ratifiant la convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles en 2006, le Sénégal a indiqué sans équivoque son engagement en faveur de politiques culturelles alignées sur les principes de la convention. Cet engagement est succinctement résumé dans la maxime selon laquelle "la culture est au début et à la fin du développement". Dans le cadre de cette convention, des consultations nationales sur la conception participative et le suivi des politiques culturelles pour l'élaboration de son rapport

²¹⁷ Laboratoire de Recherche sur les Transformation Economiques et Sociales LARTES-IFAN, *Op. Cit.*, P. 12

²¹⁸ Laboratoire de Recherche sur les Transformation Economiques et Sociales LARTES-IFAN, *Op. Cit.*, P. 12

périodique quadriennal²¹⁹ ont été entreprises entre les institutions publiques et la société civile - créant ainsi une communauté de pratique. Pour pérenniser ces mécanismes, des points de contact de la société civile ont été désignés pour servir de relais auprès d'un groupe plus large d'acteurs fonctionnant comme des organisations faîtières. Des mesures ont également été adoptées pour mettre en œuvre les recommandations issues des consultations et des précédents exercices de suivi et de rapport sur la mise en œuvre de la convention. Par exemple, l'un des défis identifiés était la fragilité institutionnelle qui mettait en péril la continuité des processus de suivi participatif. Pour y remédier, le Sénégal a choisi de créer un observatoire des politiques culturelles afin de suivre et d'évaluer les réalisations et les défis du pays dans les secteurs de la culture et de la création. Cet observatoire servira également à éclairer l'élaboration des politiques futures. Parallèlement, le Sénégal a organisé des ateliers de formation avec des responsables culturels régionaux afin de renforcer leurs capacités en matière de collecte de données. En promouvant une approche plus décentralisée, le pays s'assure un réseau de professionnels formés pour soutenir sa gouvernance participative de la culture²²⁰.

Rayonnement

L'un des événements culturels les plus célèbres du Sénégal, la Biennale, est une vitrine mondiale de l'éclat artistique, organisée par l'État. Mise en place par le gouvernement sénégalais, cette manifestation aux multiples facettes comprend des expositions internationales, des vitrines d'artistes invités, des expositions d'hommage, des salons spécialisés et le projet novateur Dak'Art au Campus. Fusionnant art et environnement, ce dernier implique des projets de collaboration entre artistes et étudiants.

La Biennale va au-delà des simples expositions ; elle sert de lieu de rencontre pour les artistes, les chercheurs, les critiques, les historiens et les érudits. Chaque édition s'articule autour d'un thème spécifique, favorisant le discours intellectuel et l'échange. Dak'Art vise à élargir la visibilité des artistes africains, en particulier ceux qui sont sous-représentés dans les grands événements artistiques mondiaux, et à façonner un discours esthétique adapté au continent africain.

En termes d'impact économique, la Biennale contribue de manière significative au secteur culturel et créatif. L'édition 2018 a bénéficié à elle seule d'un apport de 1.725 millions \$, l'État contribuant à hauteur de 1,23 millions \$. Ce soutien financier souligne la collaboration avec divers partenaires, y compris des entités multilatérales et bilatérales, des institutions publiques et des entreprises privées²²¹.

²¹⁹ Chaque pays signataire de la convention doit, tous les 4 ans, remettre à l'UNESCO un rapport périodique quadriennal sur les politiques et les mesures adoptées et les défis rencontrés lors de la mise en œuvre de la Convention

²²⁰ L'Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture, « Repenser les politiques en faveur de la créativité : la culture un bien public mondial », 2022, P. 54

²²¹ L'Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture, « Mobilité dans la biennale de l'art africain contemporain (Dak'art) », <https://www.unesco.org/creativity/en/creativity/policy-monitoring-platform/mobilite-dans-la-biennale-de-lart-africain-contemporain-dakart> (page consultée le 7 février 2024)

En ce qui concerne l'engagement international, la Biennale sert de plateforme pour la mobilité entrante, attirant des artistes d'horizons divers. L'édition 2020 a présenté 57 artistes étrangers sur un total de 64 sélectionnés pour l'exposition internationale. L'engagement financier en faveur de cette extravagance culturelle dépasse les frontières nationales, avec des subventions notables, telles que les 75 000 euros de l'Organisation internationale de la Francophonie (OIF) pour la Biennale de 2020²²².

Innovation

La stratégie « Sénégal numérique 2025 » est une vision, liée au Plan Sénégal Emergent (PSE). L'objectif est le numérique pour tous et pour l'usage en tout, avec un secteur privé dynamique et innovant au sein d'un écosystème performant . Sur le plan économique, la stratégie "Sénégal numérique 2025" a pour objectif de donner un nouveau souffle au secteur en fournissant aux acteurs de nouveaux relais et sources de croissance, en augmentant de 10 % la contribution des technologies numériques au PIB et en créant 35 000 emplois directs d'ici à 2025²²³.

²²² *Ibid*,

²²³ L'Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture, « Repenser les politiques en faveur de la créativité : la culture un bien public mondial », 2022, P. 104

Conclusion

Il est difficile de tirer des conclusions communes et définitives sur l'ensemble des situations analysées dans cette étude. Toutefois, certains points sont indéniables. Il est clair que l'ensemble du secteur connaît un essor continu depuis une dizaine d'années, quel que soit l'angle sous lequel on observe cela : emploi, part dans le PIB, chiffre d'affaires,... Et cela, les décideurs publics l'ont bien compris – dans les milieux urbains en tous cas, là où se concentre la plupart de l'activité liée aux ICC – et multiplient les initiatives et augmentent le soutien à ce secteur. Enfin, cette étude montre clairement que les industries culturelles et créatives sont un levier puissant d'innovation et se retrouvent bien souvent intégrées aux actions dans ce domaine.

Pour résumer, il convient de souligner quelques points forts pour chacun des destinations étudiées :

- Bruxelles possède de nombreux atouts (poids économique du secteur, prise de conscience de son importance par les décideurs politiques,...) illustré notamment par le classement du Cultural and Creative Cities Monitor où Bruxelles devance Barcelone et Hambourg, deux seules de l'étude à faire partie de la même catégorie de population²²⁴.
- La Flandre a une longue « tradition » de soutien vis-à-vis du secteur culturel et créatif. Cela se confirme au vu du nombre d'associations et d'institutions soutenues (le Comptoir de la culture, JuistIsJuist et le « Vlaamse Audiovisueel Fonds, Cultuurloket,...) mais également à la présence de beaucoup des villes de cette région dans les différents classements existants (Courtrai et Gand villes créatives de l'Unesco, l'initiative Leuven Mind Gate,...)
- La Wallonie, quant à elle, a connu une expérience d'envergure avec sa désignation comme District Créatif Européen par la Commission en 2013 qui lui a permis de développer un réseau de hubs créatifs sur l'ensemble du territoire de la Région. Dirigé aujourd'hui vers une autre direction (innovation, place au sein de l'écosystème,...) suite aux différents retours d'expérience, il pourrait être intéressant de rencontrer des acteurs de ces projets.
- Les points forts de la ville de Eindhoven se situent, eux, au niveau du secteur du design et surtout, de la transition tant économique que environnementale. Ainsi, l'Académie de design de la ville propose un master en design social, une initiative de lobby du design social a été lancée, la ville accueille chaque année la design week des Pays-Bas,...
- Lille peut compter sur un soutien, financier notamment, conséquent de la part des pouvoirs publics que ceux-ci soient national, régional ou municipal. Cela a permis à la ville de se faire une place de choix sur la scène culturelle européenne et mondiale

²²⁴ Les villes de cette catégorie qui devancent Bruxelles sont, dans l'ordre, Munich, Paris, Prague, Lisbonne, Stockholm, Budapest, Madrid, Vienne et Berlin (voir tableau fournit en annexe pour les informations complètes).

(Capitale européenne de la culture en 2004, Capitale mondiale du design en 2020 et Séries Mania,...).

- Le secteur hambourgeois des industries culturelles et créatives peut compter sur le soutien d'une agence publique, la « Hamburg Kreativ Gesellschaft », organisée en 11 branches, une par « sous-secteur ». Les recherches effectuées dans le cadre de cette étude peuvent établir un constat : il s'agit du système de cluster le plus abouti (centralisation, toutes les informations passent par lui,...) parmi les zones étudiées .
- A Helsinki, le secteur le plus réputé est celui des jeux vidéos avec de nombreuses réussites ces dernières années et cela se retrouve dans tous les chiffres : 3,6 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2022, 232 studios présents à travers la ville, 4100 personnes salariées,... De plus, ce secteur connaît le soutien de nombreux acteurs (Neogames, Business Finland, Suomen Pelinkehittäjät, IGDA,...)
- En termes de réaménagement de zones désaffectées pour en faire des espaces de culture et de créations, Barcelone a quelques réalisations à faire valoir. Le Poblenou Urban District - site industriel de 200 hectares devenu un district moderne et innovateur accueillant notamment le Disseny Hub, centre du design de la ville – ou les 11 Art Factories, 30.000 m² dévolus aux artistes et à leurs créations. A noter également, la déclaration relative au développement spécifique des industries culturelles et créatives émise par la ville dans le cadre de la Présidence espagnole du Conseil de l'Union européenne²²⁵.
- La Suisse a mis en place un réseau d'importance pour faire rayonner « sa » culture et « sa » créativité à l'étranger via Pro Helvetia, une fondation financée en totalité par la Confédération qui est présente dans 14 pays via 121 collaborateurs. Cela permet à cette institution de soutenir, sur une année (2022), 2000 projets en Suisse et 3900 sur les 5 continents.
- Une prise de conscience des atouts induits par une industrie culturelle et créative forte est en train de se produire au Maroc : création de l'Institut supérieur des métiers de l'audiovisuel et du cinéma en 2012, création de la Fédération des Industries Culturelles et Créatives au sein de la Confédération Générale des Entreprises du Maroc en 2017, prise en considération de l'importance du secteur dans le budget 2023,... Ces éléments sont encourageants mais nous n'avons pas assez de recul pour connaître les résultats de ceux-ci.
- Le Québec et Montréal jouissent d'une jolie réputation en termes de culture et de création, illustrée symboliquement par leur appartenance au réseaux des villes créatives de l'Unesco. En plus d'acteurs bien connus du grand public (cirque du Soleil,...), ces villes peuvent compter sur le soutien d'autres organismes (hub Montréal, C2Montreal, NumixLab,...) qui travaillent sur le rayonnement international de la province.

²²⁵ Or, comme on le sait, c'est la Belgique qui préside cette institution jusqu'au 31 juillet 2024

- Il est difficile de trouver des indications objectives sur la situation des ICC au Sénégal bien qu'il soit communément admis que ce secteur soit important pour le pays notamment au-travers de la Biennale de Dakar.

Pour conclure, il a semblé utile de mentionner ces 10 points, identifiés par le Zurich Center for Creative Economy, indispensables caractéristiques à des industries culturelles et créatives performantes et qu'on retrouve en effet, tout ou en partie, sur les marchés étudiés.

- *« Une valorisation et une défense de la culture dans une définition élargie qui comprend non seulement l'art, mais également la culture au sens large, celle-ci incluant le numérique, mais aussi des arts trop longtemps négligés, comme la bande dessinée, les jeux vidéo, les mangas, les arts numériques, une partie de l'artisanat, l'animation, etc. »*
- *Un écosystème vertueux qui repose avant tout sur des conditions économiques et juridiques fiables (ce qu'on appelle parfois les « conditions cadres ») : cette dimension de « fiabilité » est essentielle. Soit : des paramètres fiscaux clairs, un état de droit, des banques sûres, des systèmes juridiques fiables.*
- *Un écosystème créatif dynamique et un réseau dense de professionnels du son, de l'image, de la vidéo, de l'animation, etc., à la fois au niveau des ingénieurs, mais aussi des techniciens spécialisés. Ainsi que des auteurs de scénarios, des acteurs et des actrices, des comédiens, des metteurs en scène, etc.*
- *Des lieux de formation dynamiques et d'excellence avec des écoles d'art et des universités de qualité.*
- *Des infrastructures technologiques et numériques modernes, des réseaux internet rapides (backbones, data centers, cloud, etc.) ainsi qu'un réseau d'entreprises de soutien (back-office) et une main-d'œuvre hautement qualifiée et spécialisée.*
- *Un marché publicitaire mature avec des agences créatives fortes et des agences d'achats d'espace média.*
- *Un environnement médiatique capable de créer un « buzz » mondial autour d'un contenu culturel, grâce à un réseau de diffuseurs (de télévision), de sociétés de médias et de correspondants internationaux. Tout cela contribue à la création d'une « aura » mondiale attrayante pour une ville.*
- *Un environnement favorable à la liberté de création : liberté pour les artistes, les femmes, les minorités... Ainsi que l'existence de formes de contre-cultures urbaines*
- *Une interconnectivité géographique étendue qui facilite l'accès (transports, aéroports, liaisons ferroviaires, autoroutes, voies vertes, etc.).*
- *Et enfin, une grande diversité culturelle, notamment sur le plan ethnique, culturel et linguistique. »*²²⁶

²²⁶ Zurich Center for Creative Economy, « Les empreintes créatives : économie culturelle et créative genevoise », Juin 2023, P. 20

Annexe 1 : Cartographie des acteurs bruxellois actifs dans le parcours économique des Industries Culturelles et Créatives

