

## Culture et numérique

### Quelle(s) créativité(s) ? Pour quel(s) territoire(s) ?

Equipe Culture & Communication du Centre Norbert Elias - Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse - 74, rue Louis Pasteur - 84029 Avignon Cedex 1 - Tél. 04.90.16.25.00 - Avril 2016

N°4

#### Les réseaux d'entreprises : un maillage du territoire essentiel

La plupart des entreprises interrogées (65.3%) sont rattachées à des réseaux qui, à travers leurs nombreux investissements, permettent aux entreprises locales de se développer. On recense les réseaux suivants : le Pôle Transmédia Méditerranée (PRIMI), le Label French Tech Culture (FTC), Avignon Delta Numérique (ADN) et le Pôle Industries Culturelles et Patrimoine (ICP). 23.5% des entreprises disent appartenir à la French Tech Culture, 19.4% au réseau PRIMI, 24.5% au réseau ADN et 14.3% à ICP. 20.4% des entreprises disent quant à elles appartenir à d'autres réseaux.

L'appartenance à ces réseaux montre que les entreprises sont désireuses de contribuer au développement du territoire. 68.4% des entreprises adhérentes aux réseaux participent aux soirées organisées par ces derniers. Les événements les plus cités sont les conférences organisées par ADN (33.9%), les Soirées Pitch du réseau PRIMI (37.3%) ainsi que les Soirées Créatives Entreprises Network (23.7%) et les Start Up Event (25.4%).

Ces événements permettent aux structures d'échanger des informations, des conseils ou encore des solutions

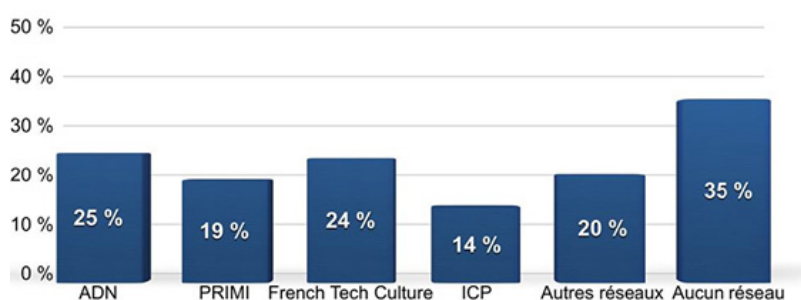
*L'Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse est considérée comme étant l'Université de la Culture sur le plan national, imaginant des ponts entre la culture, le numérique, et les travaux des chercheurs. Le projet de la Villa Créative - Supramuros à Avignon vise à interroger les liens entre le monde des entreprises et la création numérique, en proposant un Living Lab et un Fab Lab pour des start-up imaginant des solutions numériques liées à la culture, ainsi qu'à l'é-tourisme. Le projet Villa créative - Supramuros est donc un incubateur qui permet aux développeurs d'expérimenter leurs projets numériques sur le territoire, car l'Université est convaincue que l'économie créative est un levier d'action et doit devenir un des principaux facteurs d'attractivité du territoire Avignonnais.*

*Le Grand Avignon et la Ville d'Avignon ont été choisis en 2015 pour faire partie du grand réseau national « French tech », devenant « French Tech Culture ». Ce label réaffirme l'importance du territoire avignonnais, faisant de celui-ci un leader de la création, en terme d'innovation et de numérique.*

*Cette étude est réalisée dans le but d'interroger les entreprises des différents réseaux dits de la création et du numérique (PRIMI, ADN, ICP) et celles présentes au Salon du Numérique 2016 afin de connaître leurs liens avec le territoire. Il s'agit d'évaluer les besoins et les conditions d'implantation des entreprises, afin de dégager plusieurs données qui favoriseront les conditions d'accueil au sein de la Villa Créative – Supramuros.*

aux différentes problématiques qu'elles partagent. Ainsi, les entreprises favorisent le développement collectif et créatif, et permettent, grâce à cette cohésion et cette appartenance aux réseaux, un vrai maillage du territoire.

**Graphique 1 : Appartenance à des réseaux d'entreprises**



Clé de lecture : 25% des entreprises répondantes font partie du réseau ADN

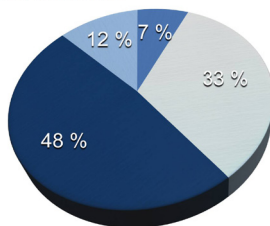
## Qualité de vie et environnement : un territoire attractif

Les entreprises ayant répondu à notre questionnaire ont livré plusieurs raisons qui les ont poussées à s'implanter sur le territoire : l'attractivité du territoire et les opportunités de développement commercial (37%) montrent que le territoire est dynamique pour les entreprises. Les réseaux sont l'une des raisons à cela : ils créent les conditions favorables à l'émergence de nouvelles entreprises ainsi qu'à la pérennisation de plus anciennes. La qualité de vie et l'environnement (35%) participent à la construction d'entreprises sur le territoire : en plus d'y habiter, certains entrepreneurs font le choix d'y construire leur avenir professionnel. La présence de dispositifs d'accompagnement et de laboratoires de recherche (9%) est également un facteur déterminant. Le territoire donne accès à de nouveaux moyens de création pour les entreprises : par les laboratoires de recherche, c'est une volonté d'innovation qui est mise en avant.

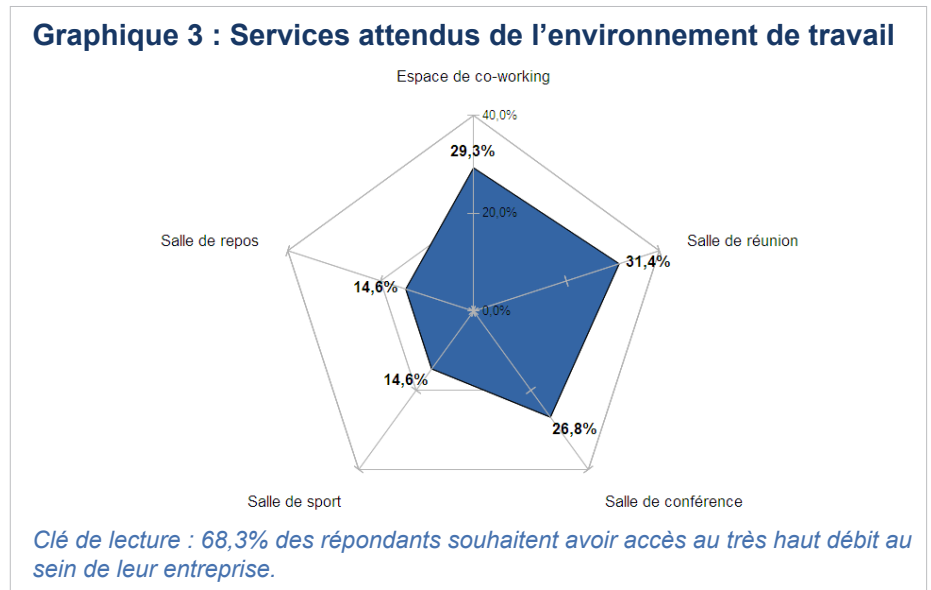
Le territoire est propice aux entreprises dans leur développement et dans le maintien de leur activité : durant

### Graphique 2 : Objectifs de croissance des entreprises ces deux dernières années

- Sauvegarder l'activité
- Maintenir ou accroître légèrement l'activité
- Accroître fortement l'activité
- Autres



Clé de lecture : 48% des entreprises ont eu pour objectif d'accroître fortement leur activité ces deux dernières années



ces deux dernières années, 48% des entreprises ont souhaité accroître fortement leur activité sur le territoire, 33% la maintenir ou l'accroître légèrement. 24% des entreprises interrogées évaluent le rayonnement de leur entreprise à l'échelle de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, 32% à l'échelle nationale, et enfin 28% à l'échelle internationale.

De nombreuses aides publiques existent aujourd'hui pour aider à la création d'entreprises ou à l'activité de ces dernières : sur le territoire, 24% des entreprises reçoivent des subventions de la part des collectivités. Il y a une volonté de la part du territoire d'aide à la réinsertion sociale, au développement et à la création d'emploi : 24% des entreprises ont reçu l'aide aux Chômeurs Créant ou Reprenant une Entreprise. Pôle Emploi a également aidé à la création d'entreprises pour 16% d'entre elles. 10% des entreprises ont bénéficié de mise à disposition de locaux et matériels.

Au moment de la création d'entreprises, nous remarquons une prédominance des aides publiques par rapport aux aides privées. En effet, 76% des entreprises interrogées n'ont bénéficié d'aucune aide privée. Le financement participatif, malgré sa place minoritaire, est une pratique émergente.

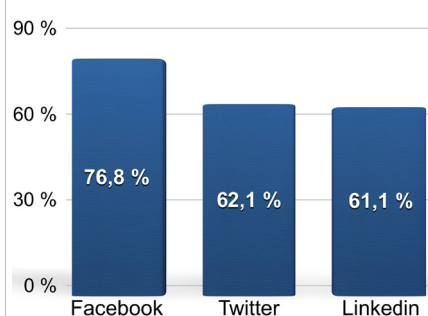
## Un territoire créatif

Les entreprises interrogées ont souligné la nécessité d'avoir accès à des espaces de travail collectif : salle de réunion (31.7%), salle de conférence (26.8%), espace de co-working (29.3%). Parmi les entreprises dont l'activité est en pleine croissance, 34% mettent en avant le besoin de posséder des outils numériques : data center, très haut débit, etc. Ces chiffres peuvent être mis en parallèle avec le projet de la Villa Créative - Supramuros. En effet, ce « bâtiment totem » réunissant les entreprises, les chercheurs et les étudiants serait un lieu de collaboration privilégié pour les travaux liant culture et numérique, notamment grâce à la mise à disposition d'un espace de co-working et d'un living-lab.

Les fondateurs de *Nymphaea*, *To see or not to see* et *Waynote* (applications accélérées par The Bridge) affirment, comme le font les enquêtés, avoir besoin de ces nouveaux services et outils numériques pour pouvoir améliorer leur compétitivité à l'échelle de ce nouveau territoire créatif. L'espace de co-working, qui existe chez The Bridge, est un lieu qui leur permet de se rencontrer, d'échanger et d'améliorer leurs outils numériques, tout ceci afin entre autres de mieux appréhender le marché associé à la French Tech Culture.

Dans un dernier temps, interrogées sur leur connectivité à travers les réseaux sociaux, de nombreuses entreprises se disent présentes sur Facebook (77%), Twitter (62%) et LinkedIn (61%). Ne pas être présent sur ces réseaux aujourd'hui est un frein possible au développement, et les entreprises du territoire semblent l'avoir compris, faisant preuve d'une réelle connectivité.

**Graphique 4 : Présence sur les réseaux sociaux**



*Clé de lecture : 76,8% des entreprises sont présentes sur Facebook*

## Université et monde professionnel : un lien moteur pour le territoire

Durant les deux dernières années, 57,3% des entreprises interrogées ont accueilli un ou plusieurs stagiaires, et 20% d'entre elles ont également accueilli un ou plusieurs apprentis. Cela montre qu'il existe un véritable lien entre le monde professionnel et celui des études supérieures : pour le bon fonctionnement du tissu économique et entrepreneurial du territoire, la présence de lieux de formation apparaît ainsi comme une nécessité. Cette conclusion est également appuyée par deux autres chiffres : 67% des répondants déclarent avoir étudié à l'université, et 61,5% d'entre eux déclarent également avoir suivi, toujours durant ces deux dernières années, une session de formation. Ces données montrent que si 88,5% des personnes interrogées ne connaissent

pas les offres de l'Université d'Avignon en termes de formation, elles sont pourtant fortement susceptibles d'être intéressées : une communication plus poussée autour de ces offres pourrait donc être à envisager. D'ailleurs, 78,7% des répondants ayant participé au salon du numérique pensent revenir à l'Université d'Avignon.

Les liens du monde professionnel avec l'Université s'expriment aussi à travers le lien que les entreprises entretiennent avec les fondations : 18,1% des entreprises interrogées ont déjà donné à une fondation, et 26% d'entre elles affirment connaître la fondation de l'Université d'Avignon. Enfin, 24% des entreprises interrogées ont déjà fléchi leur taxe d'apprentissage vers une formation : à différents degrés sur le territoire, université et monde professionnel semblent fonctionner ensemble et s'apporter une aide mutuelle.

Des projets tels que l'atelier participatif, organisé par le Master Publics de la Culture et Communication sont d'ailleurs imaginés, permettant aux entreprises de bénéficier des compétences des étudiants, acquises durant leur formation.

Le but de cet atelier était en effet de réunir étudiants, chercheurs et professionnels autour de plusieurs tables pour discuter des applications accélérées dans le cadre de la session d'hiver de The Bridge : les étudiants ont ainsi pu porter un regard sociologique sur les produits de start-ups présentes sur le territoire dans le cadre d'un véritable échange avec les professionnels du monde de la culture et du numérique.

Au cours de cet atelier, le projet de la Villa Créative Supramuros a été abordé : du côté des étudiants, quand on les questionne sur leurs attentes quant à Supramuros, la réponse ne porte pas sur le matériel, mais davantage sur la formation. Les étudiants sont en attente d'échanges avec des professionnels qui leur paraissent nécessaires avant d'accéder au monde du travail. La Villa Créative Supramuros apparaît alors comme le futur point central de la rencontre entre les entreprises et le monde universitaire, au cœur d'un territoire créatif et dynamique, répondant tant aux attentes des professionnels en termes de formation qu'à celles des étudiants en terme de professionnalisation.

## Discussion autour de la culture et du numérique



*Photo prise lors de l'atelier participatif organisé par le Master Publics de la Culture et Communication dans le cadre du 4e Salon du Numérique à l'Université d'Avignon*

## La recherche et développement comme levier de l'innovation

Presque un quart des entreprises interrogées (23.2%) possèdent un service recherche et développement. 28.6% ont déjà participé à un projet de recherche et développement : des chiffres qui témoignent d'une réelle volonté d'innovation de la part des entreprises.

Il s'agissait pour 39.1% d'entre elles d'un partenariat avec une université (pour 21.7% avec l'Université d'Avignon) ; pour 20% avec une entreprise de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur. On voit donc que de tels projets sont l'occasion de la mise en oeuvre d'un lien entre universités et

entreprises présentes sur le territoire. 52.4% des répondants déclarent avoir bénéficié de conseils et 57.1% d'expertises dans la mise en oeuvre de ce projet, nombre bien supérieur à la mise à disposition de matériels (23.8%) ou encore de locaux (19%). La collaboration entre universités et entreprises est de fait d'autant plus pertinente, que c'est précisément cette dimension non matérielle qui peut être apportée par le monde universitaire dans le développement et les projets de recherche des entreprises.

À Avignon, si la villa créative - Supramuros pourra être le lieu privilégié de tels échanges grâce à l'organisation et aux fonctions du lieu, on trouve déjà des dispositifs à vocation plus ou moins similaire, comme Agorantic.

En partenariat avec le CNRS et l'INRIA, et en relation avec des acteurs de l'économie locale comme la CCI de Vaucluse, cette structure fédérative concentre six laboratoires de recherches.

Par là, elle dépasse les frontières et fait le lien entre six laboratoires de recherches, permettant aux chercheurs de travailler sur des problématiques transversales qui touchent à la culture, au patrimoine et aux sociétés numériques.



Cette enquête a été menée par le Master Stratégie du développement culturel, spécialité Publics de la culture et communication de l'Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse, sous la direction de Emmanuel Ethis, Damien Malinas et Raphaël Roth.

Equipe Culture & Communication du Centre Norbert Elias (UMR8562) – Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse – Directeur de publication : Emmanuel Ethis – Direction Scientifique : Emmanuel Ethis, Damien Malinas et Raphaël Roth – Rédacteur en chef : Raphaël Roth – Rédacteurs et enquêteurs : Zoé Atteia, Laura Bourdais, Romane Caron, Mathilde Chauvel, Perrine Gumez, Roxane Jovani, Laura Koury, Marion Lemmet, Dany Los, Erwan Maguet, Luc Menneteau, Sofien Trabelsi

### METHODOLOGIE

L'enquête quantitative a été réalisée à partir d'un questionnaire en ligne, diffusé par email à 600 entreprises des réseaux PRIMI, ADN, ICP, ainsi que celles présentes au Salon du Numérique 2016 et qui devaient au préalable s'y inscrire en ligne. Le questionnaire a été diffusé à partir du 11 mars et a récolté 98 réponses (taux de réponse : 16.3%). Il reste ouvert jusqu'au 30 avril. Un questionnaire papier diffusé lors du salon du numérique a collecté 39 réponses. Toutes ces réponses ont été traitées par le logiciel Modalisa. L'atelier participatif a été réalisé dans le cadre du Salon du Numérique le 1er mars 2016 à la cafétéria de l'Université d'Avignon. Chacune des quatre tables était équipée d'un micro qui en a permis la retranscription puis l'analyse des échanges, en plus des notes prises par des rédacteurs.

### OUVRAGES DE REFERENCE

Elsa VIVANT, *Qu'est-ce que la ville créative ?*, Presses universitaires de France, coll. « La ville en débat », 2009, 89 p.

Richard FLORIDA, *The Flight of the Creative Class. The New Global Competition for Talent*, 2005. HarperBusiness, HarperCollins.

Jean-Claude PASSERON, *L'espace mental de l'enquête*, Enquête [En ligne], 1 | 1995, mis en ligne le 10 juillet 2013, consulté le 05 janvier 2016. URL : <http://enquete.revues.org/259> ; DOI : 10.4000/enquete.259

Jack GOODY, *La raison graphique, la domestication de la pensée sauvage*, Les éditions de minuit, Le sens commun, 1977, Cambridge, 267 pages

Emmanuel ETHIS, *Pour une poétique du questionnaire en sociologie de la culture*, Editions L'Harmattan, Collection Logiques sociales, 2004, 191 p.