

LE PROJET CRÉATIVE VALLEY

Par



POUR

LES NULS

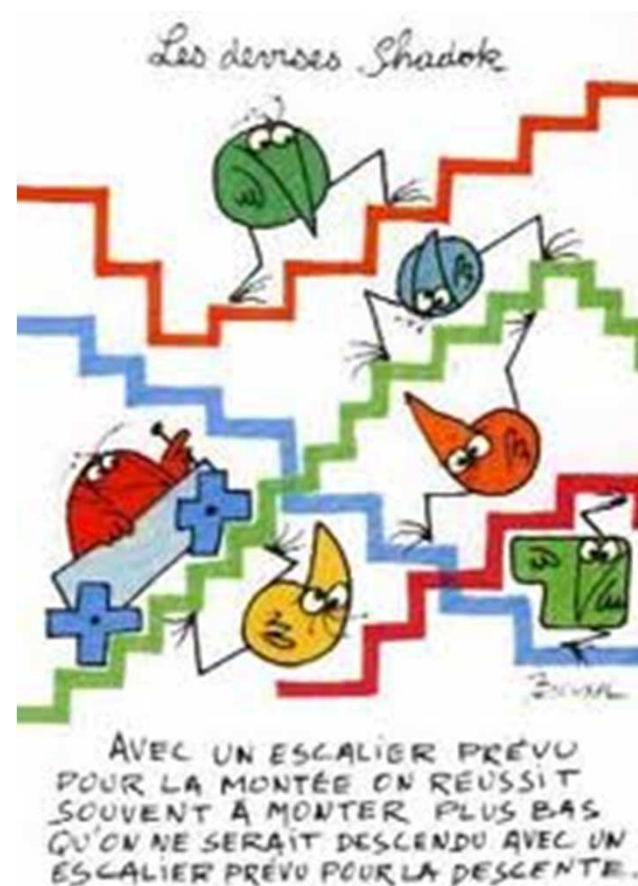


Business Pôle – Entrée A - 1047 route des Dolines - BP 19 CS 80019 -F-06901 Sophia Antipolis Cedex - Tél :+33 (0)4 92 94 59 91 - Fax : +33 (0)4 92 96 02 27

Contact : Valérie Longo Mazelié - longo@mediterranee-technologies.com - Président : Jean Zieger - zieger@mediterranee-technologies.com

www.mediterranee-technologies.com

Un Truc inadapté ou une Usine à Gaz ?



Une autre représentation !

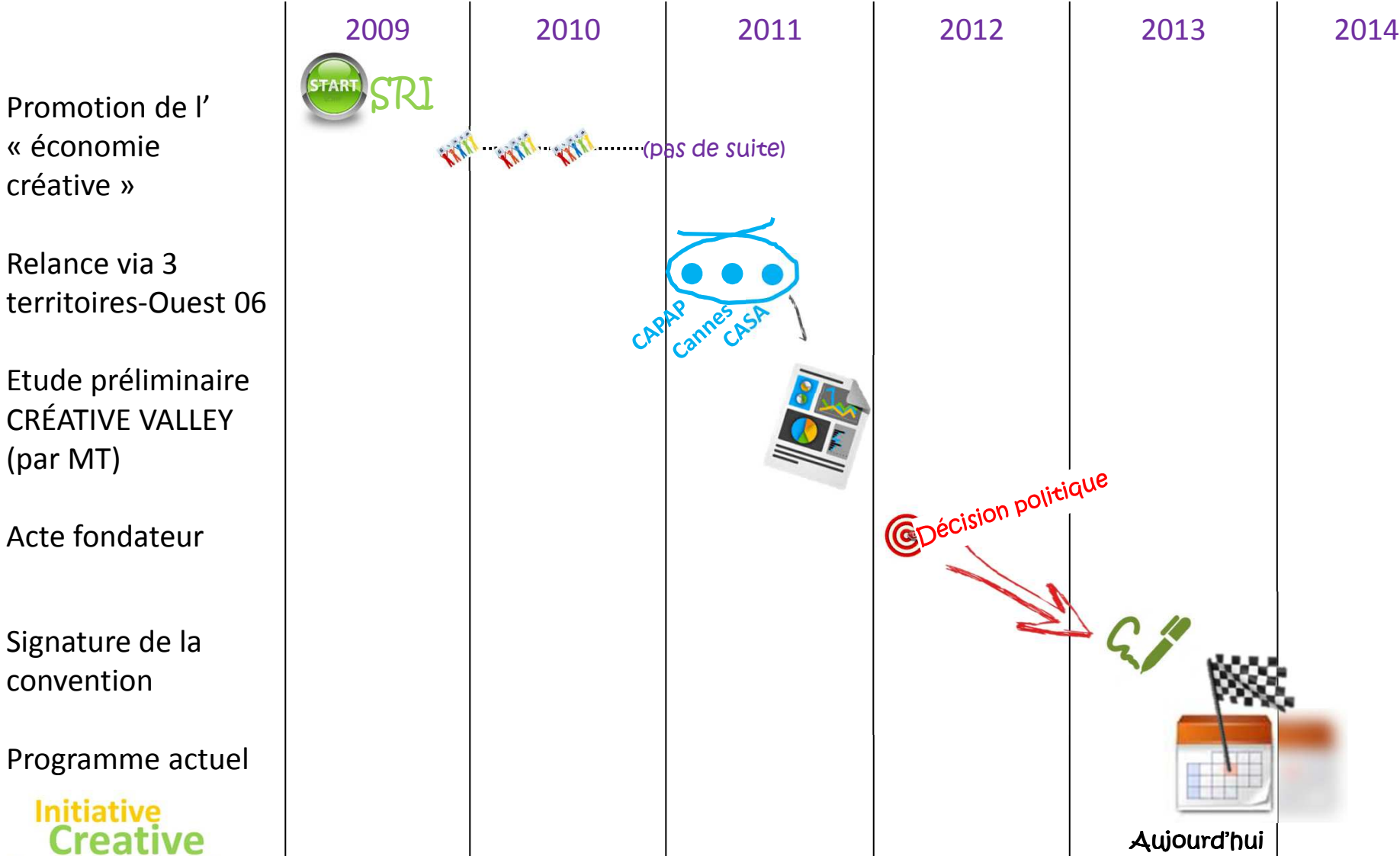


Articulation en 2 séquences

- ✓ **Une première séquence** consistant à décrire sommairement les grandes lignes et les objectifs du projet ainsi que la méthodologie mise en place pour y aboutir.
- ✓ **La deuxième séquence** limitée à un état d'avancement de nos travaux et la place de ce premier atelier, une étape importante dans notre démarche.



Historique



Objet de la convention CANNES / CAPAP / CASA / MT



- ✓ Mener en commun les actions, en particulier, aboutir à la validation du programme définitif (stratégie, projets, financements, calendrier, gouvernance).
- ✓ Confier à Méditerranée Technologies (MT), la coordination et l'animation des activités.
- ✓ Valoriser les **activités créatives existantes** sur notre territoire et les développer à l'aide d'un processus fédérateur et collaboratif.

Les conditions du succès

- ✓ Une mobilisation des services de chaque collectivité autour d'une vision commune, avec le **soutien visible des responsables politiques** (Comité de Pilotage et Equipe projet).
- ✓ Créer un état d'esprit avec la volonté de faire travailler ensemble des acteurs très différents.

Vision globale de l'initiative Créative Valley



Etude préliminaire du projet

- Mise en place d'un groupe de travail
- Élaboration des grandes lignes du projet
- Validation technique
- Validation politique par les 3 maires

Terminée

Octobre 2011 / Janvier 2012

**Initiative
Creative**



Objet de la présente convention

Expérimentation / Approfondissement

- Choix de la structure porteuse
- Choix de partenaires (FING, ENSCI,...)
- Visite de lieux créatifs Paris / Nantes
- Communication auprès des décideurs
- Approfondissement structuration des ICC
- Benchmarking national et européen
- Expérimentation des lieux créatifs
- Présentation aux instances régionales, nationales, européennes,
- Possibilités de financement de la phase 3
- Proposition d'un programme

Avril 2013 / décembre 2013

Mise en œuvre du programme

- Gouvernance
- Programmation
- Suivi et indicateur

Courant 2014

Projet Créative Valley : c'est quoi ?

⇒ C'est une démarche **expérimentale** articulée autour de 3 axes pour valoriser et développer :

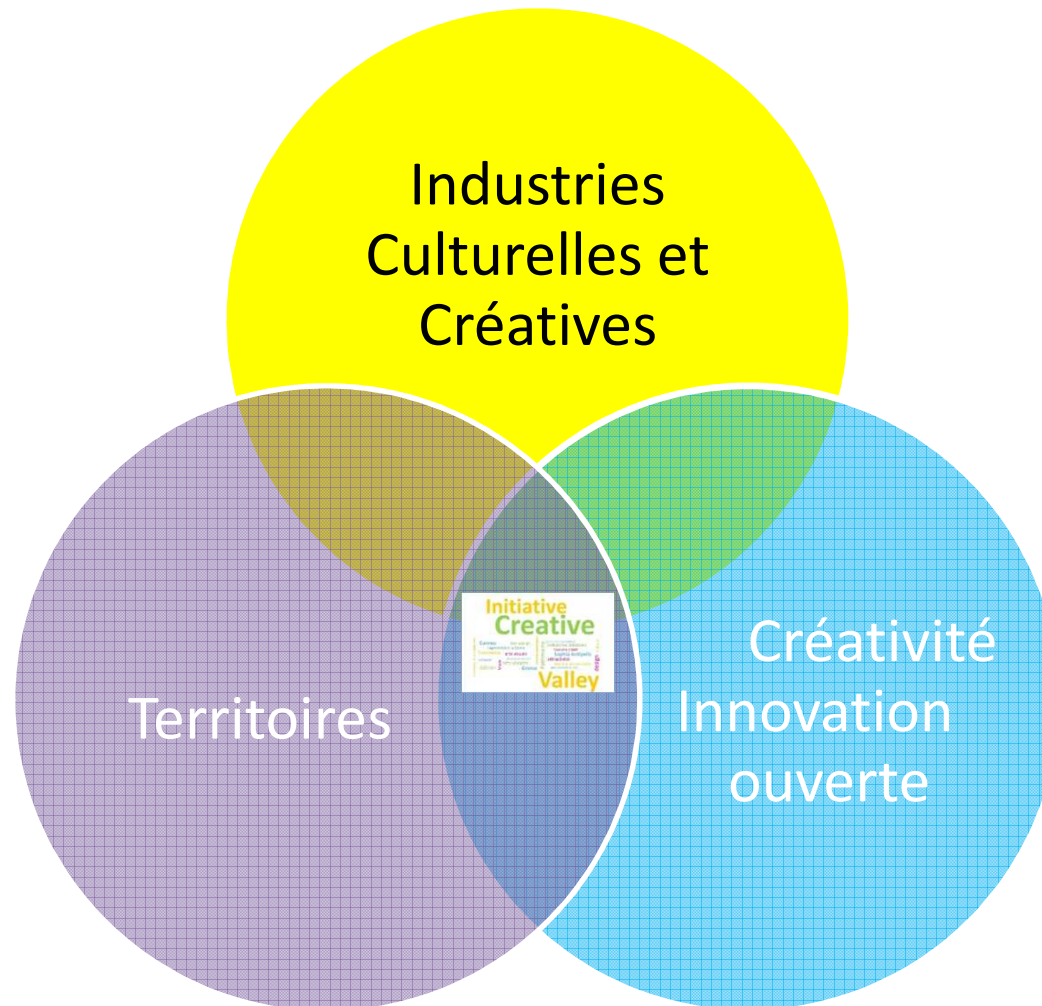
- **L'industrie** mais dans un secteur émergent : les Industries Culturelles et Créatives (ICC).
- **L'innovation** mais avec une vision élargie (open innovation, créativité, lieux collaboratifs...,) associée à deux thématiques transversales : le numérique et les usages.
- **Un territoire** à fort potentiel composé de 3 Communautés d'Agglomération mais qui aujourd'hui ne fonctionnent pas en « métropole ».

Commentaire

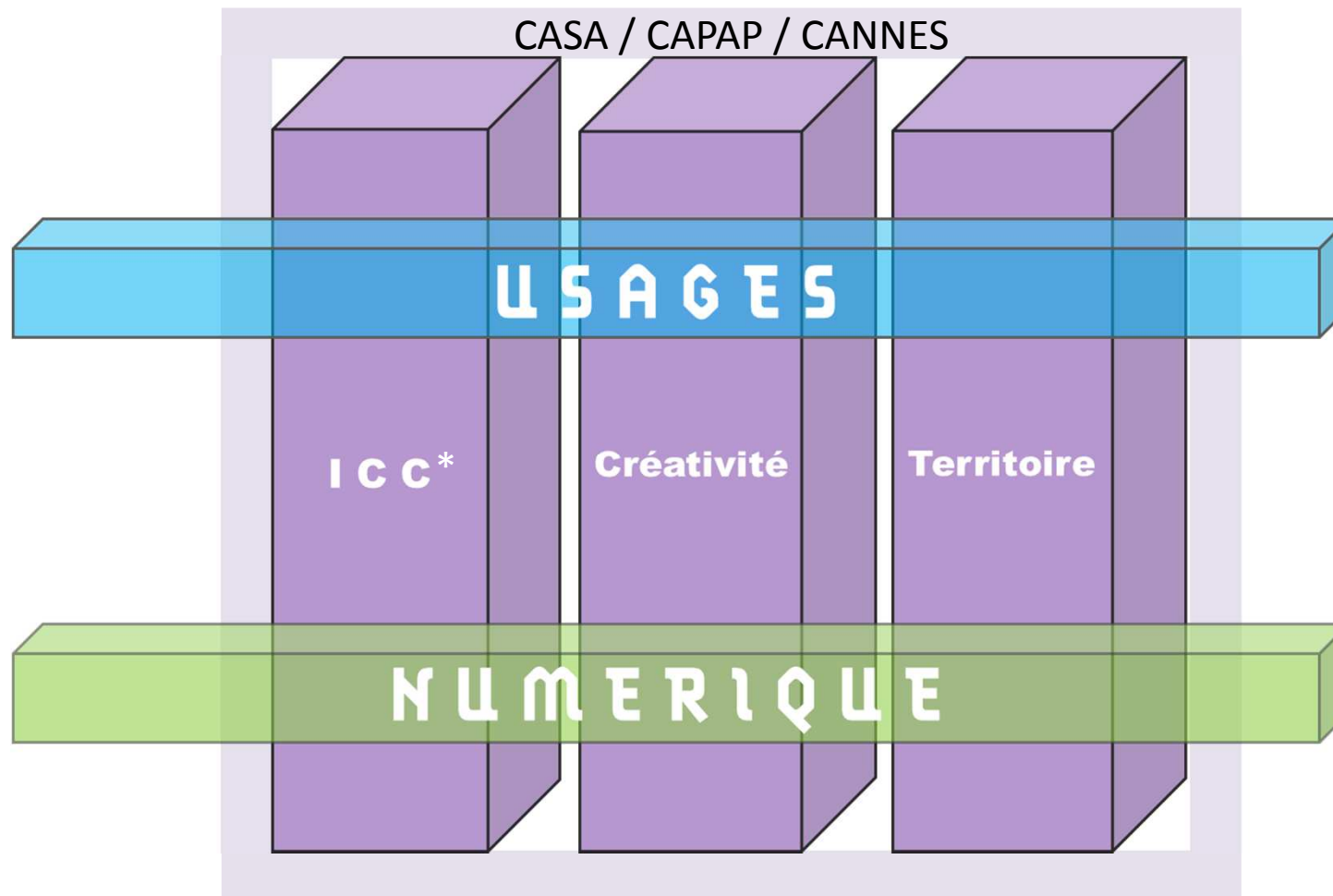
- Sujet nouveau à la frontière de plusieurs secteurs d'activité encore trop cloisonnés (Culture et Technologie).
- Le planning est tendu et en pleine campagne municipale



Articulation du Projet Créative Valley autour de 3 axes



Structure de la démarche une approche matricielle



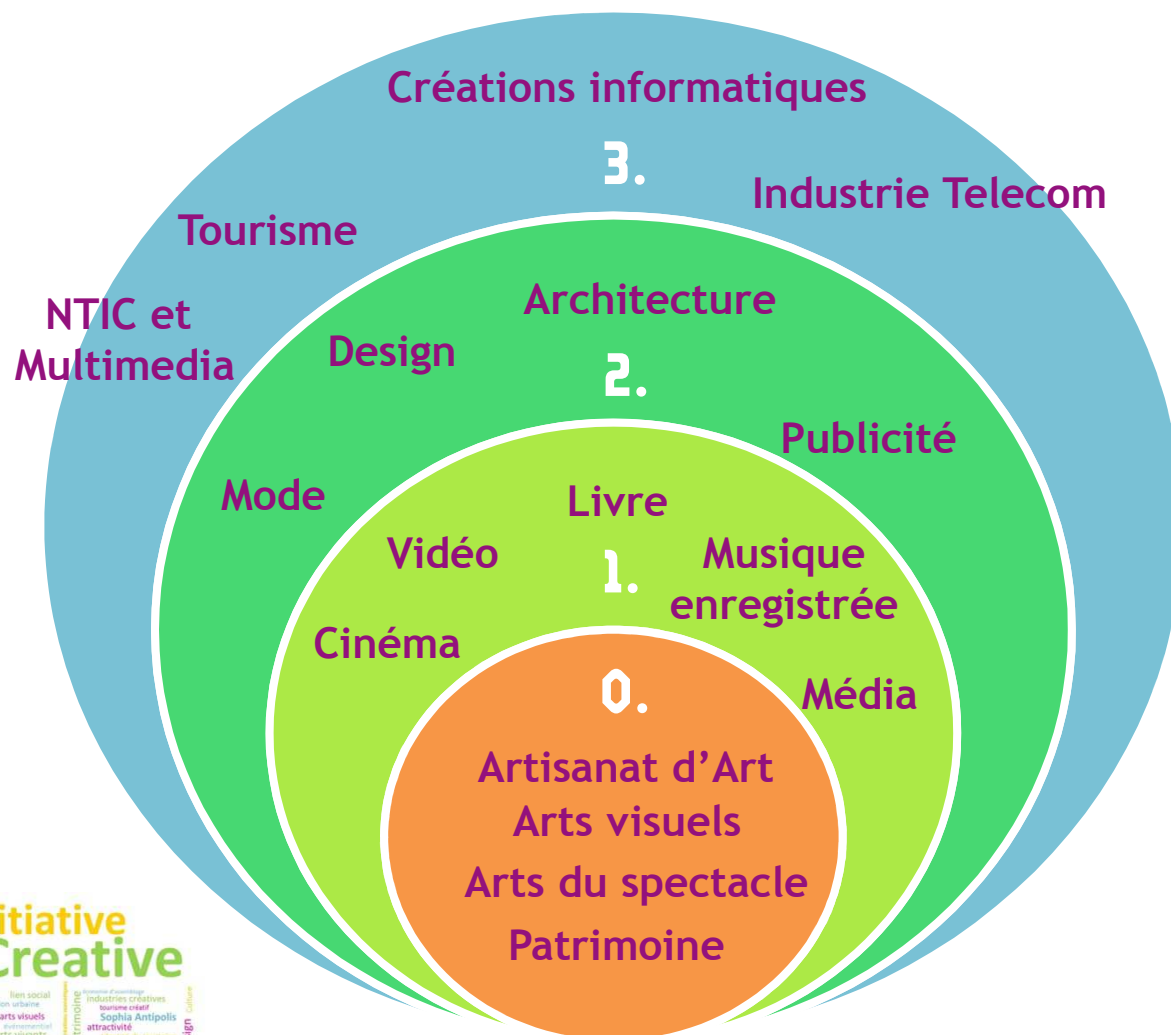
* Industries Culturelles et Créatives.

Les ICC : c'est quoi ?

- Les activités créatives situent à la croisée des chemins entre l'Art, la Culture, les Affaires et la Technologie.
- Elles n'ont pas d'activité de R&D formalisée et peu d'arrimage aux modes classiques de financement de l'innovation.
- Un poids économique avéré mais pas que...
- Il enrichit de façon significative le lien social et contribue à renforcer l'identité et l'attractivité des territoires.
- Une difficulté supplémentaire : multiplicité des approches concernant la délimitation des ICC.
- Quelle définition peut-on retenir ? S'agit-il d'activités de types industriel ou tertiaire ? S'agit-il d'un nouveau paradigme ? Quels sont les métiers ?



Le périmètre des Industries Culturelles et Créatives (référence CE)



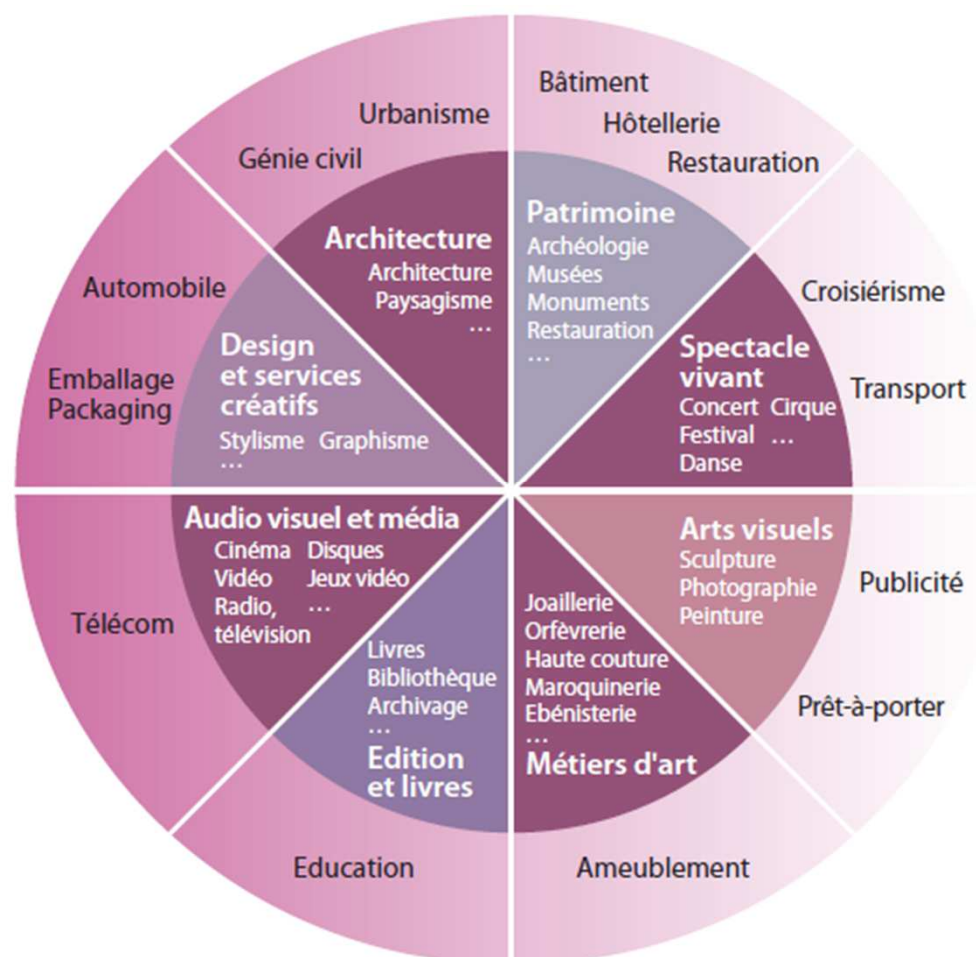
Secteur culturel :

- Cercle 0 : cœur
- Cercle 1 : Industries Culturelles

Secteur Créatif :

- Cercle 2 : Industries et activités créatives
- Cercle 3 : Industries et activités connexes

Les filières du secteur culturel et illustrations de liens et capillarité avec les autres secteurs économiques



Créativité et Innovation ouverte

Innover par la créativité : c'est quoi ?

1. Vers une vision équilibrée entre l'innovation technologique et l'innovation par les usages qui s'appuie principalement sur la créativité.
2. Ne pas opposer hightech et usages.
3. Repenser l'innovation (innovation ouverte) : accumulation des connaissances versus diversité des connaissances avec les usagers comme acteurs dans le processus d'innovation.
4. Le management de la créativité : des techniques méthodes et des lieux (coworking, living labs, fab labs, lieux alternatifs,...).

Vers une vision élargie de l'innovation

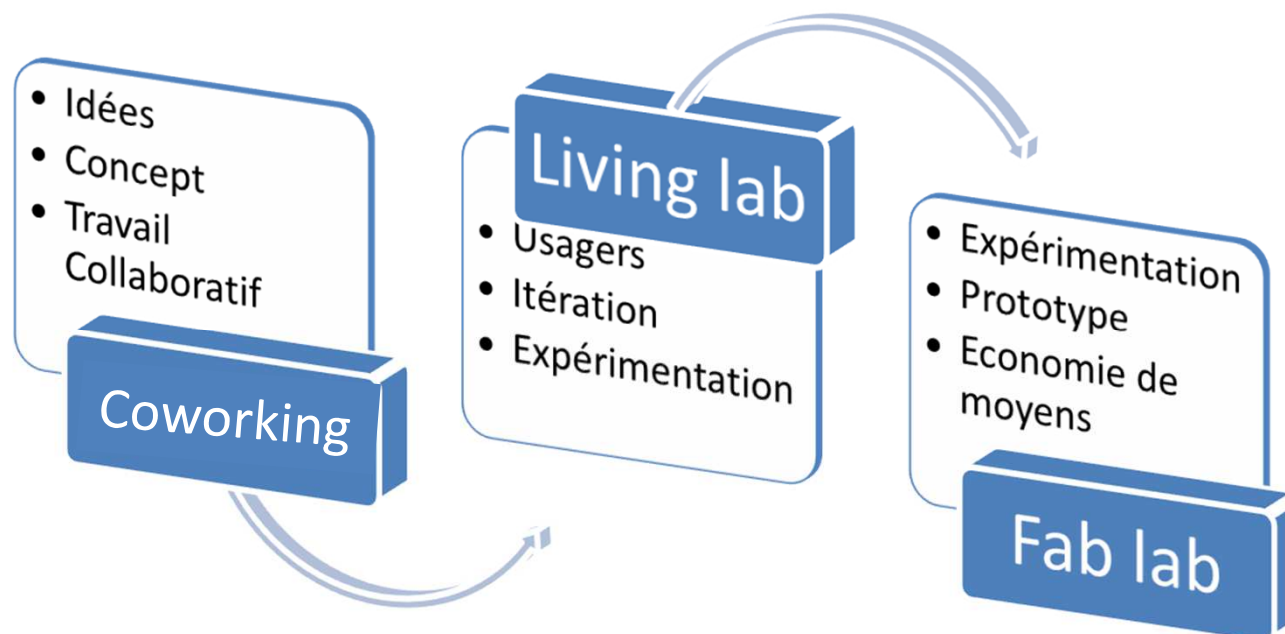
Situation antérieure	Evolution
<ul style="list-style-type: none"> • Une vision centrée sur l'innovation technologique 	<ul style="list-style-type: none"> • Une vision équilibrée avec l'innovation d'usages
<ul style="list-style-type: none"> • Secteur de référence : les hautes technologies 	<ul style="list-style-type: none"> • Nouveaux secteurs : média et multimédia, mode, cinéma, jeux vidéo, musique, édition, architecture, design, publicité..
<ul style="list-style-type: none"> • Facteur clé de l'innovation : la recherche publique et privée 	<ul style="list-style-type: none"> • Facteur clé de l'innovation : la créativité
<ul style="list-style-type: none"> • Zoom sur la création d'entreprise et sur les grandes entreprises 	<ul style="list-style-type: none"> • Zoom sur les petites et les moyennes entreprises

Hightech et usages



Importance du **Design**
pour rendre la technologie
plus intuitive à utiliser.

Les nouvelles tendances : l'innovation ouverte et les lieux créatifs



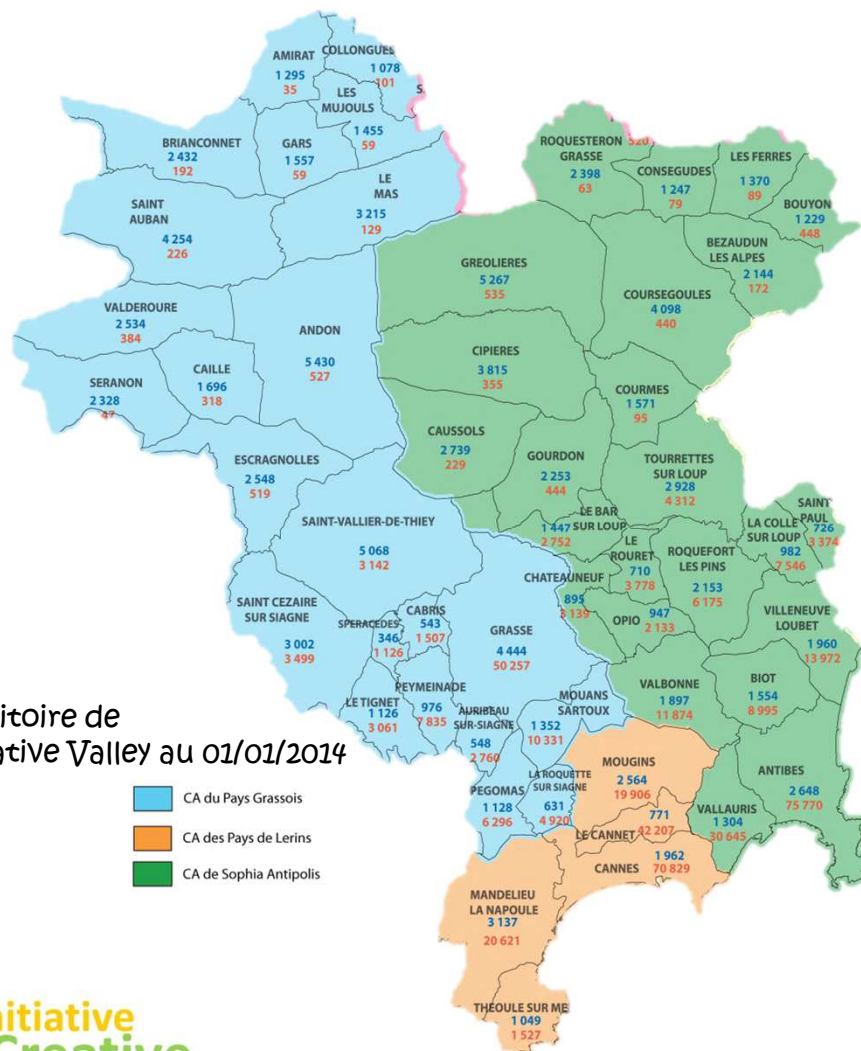
- Décloisonner le processus d'innovation pour le rendre plus performant (le brassage des disciplines et des savoirs).
- Faire entrer le client (usager) dans le processus d'innovation.
- Accélérer le processus pour confronter les produits ou services au marché.

Un territoire créatif : c'est quoi ?

- Territoire lieu privilégié de l'innovation : proximité des acteurs, vie sociale,...
- L'innovation se développe favorablement dans un écosystème où « l'atmosphère » attire les talents.
- Pour attirer et faire éclore des talents créatifs, il faut organiser le bouillonnement culturel : il faut se rencontrer pour échanger et faire naître des idées nouvelles sans lesquelles, il ne peut y avoir d'innovation.
- Le rôle des responsables locaux est bien de multiplier et d'organiser ces occasions par des espaces et des événements.
- Ces dernières années, un certain nombre de territoires et de villes ont exploité avec efficacité le potentiel extraordinaire des secteurs de la culture et de la création pour stimuler le développement socio-économique.
- Il faudrait éviter de prendre du retard.



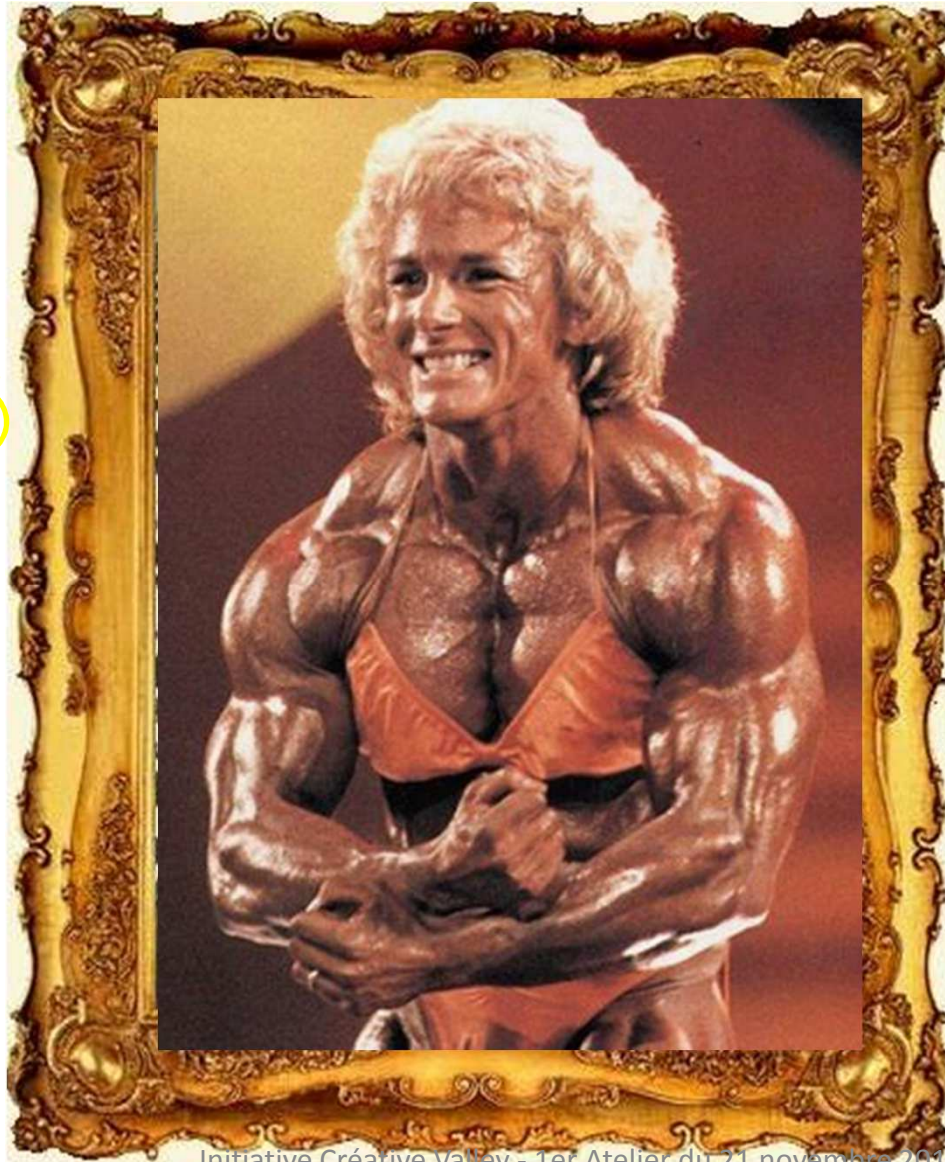
Territoire créatif : c'est quoi ?



1. Un territoire regroupant 3 CA et qui représente environ **430 000 habitants**.
2. Ce territoire constitue la **1^{ère} force industrielle**, de recherche et culturelle du département 06.
3. Ce territoire pourrait sans complexe rivaliser avec de **futures métropoles** de tailles équivalentes...
4. Pour réussir **ce cluster créatif** , se donner les moyens de concevoir lieux, espaces, projets et événements dont la mise en œuvre commune est la clé de la constitution d'un véritable **réseau**.

La mise en place d'un cluster créatif : la problématique

Les grandes ?
Les fortes ?



Uniquement
pour les
métropoles ?

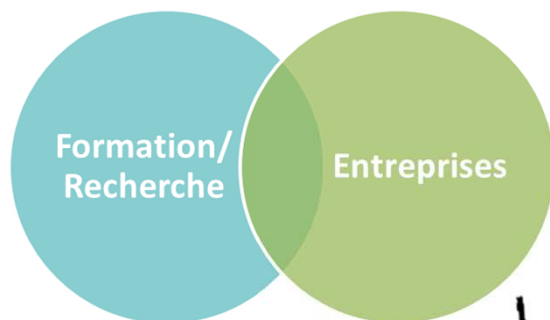
L'économie
créative est
polycentrique
confinée à des
« quartiers »

Méthodologie : 3 phases / 3 étapes

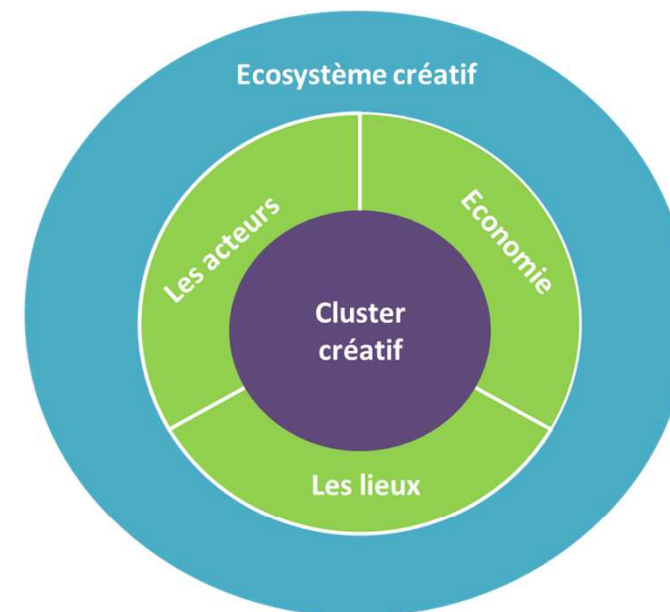
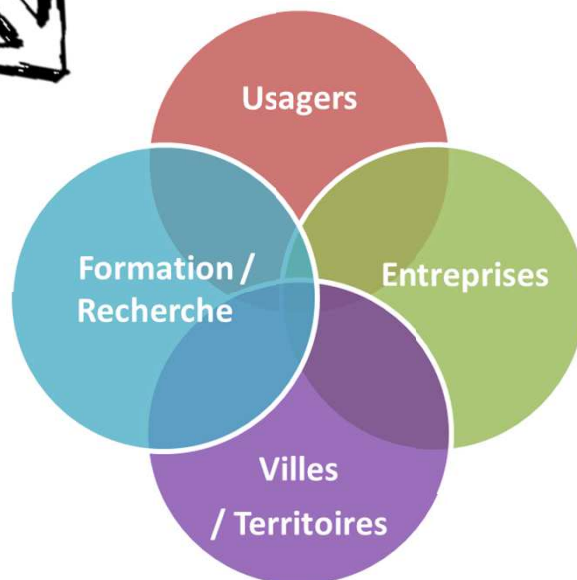
- **Phase 1 : Analyse interne et externe**
 - Benchmarking (y compris visites)
 - État des lieux des 3 territoires (panorama)
- **Phase 2 : Structurer un écosystème créatif**
 - Identification / sélection des acteurs et partenaires
 - Communication / évangelisation / animation / événementiels
 - Expérimentations (PACA Labs, ateliers, ...)

Structurer un écosystème créatif

D'un Cluster industriel « traditionnel »



Vers un Cluster créatif

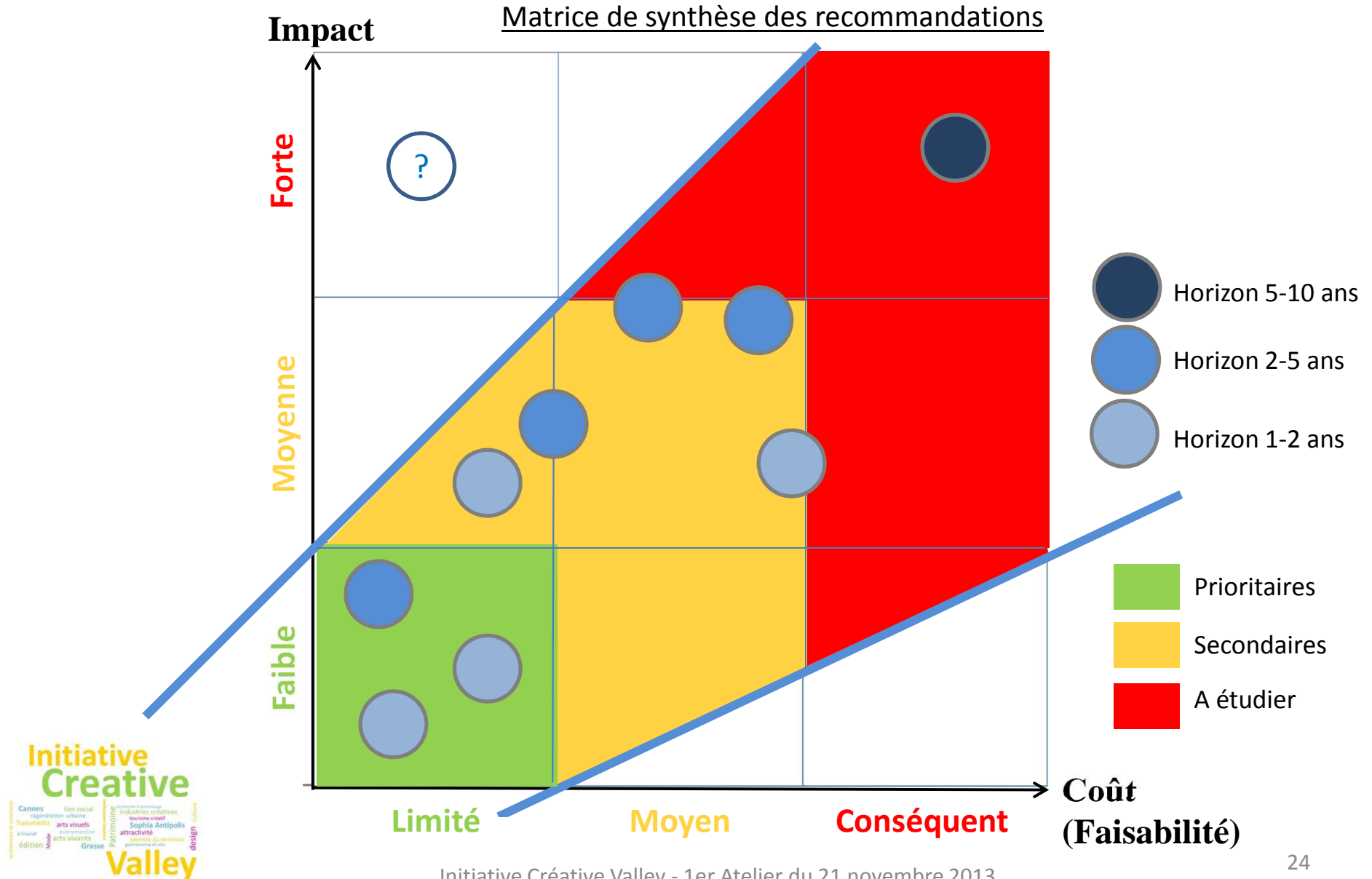


Méthodologie : 3 phases / 3 étapes

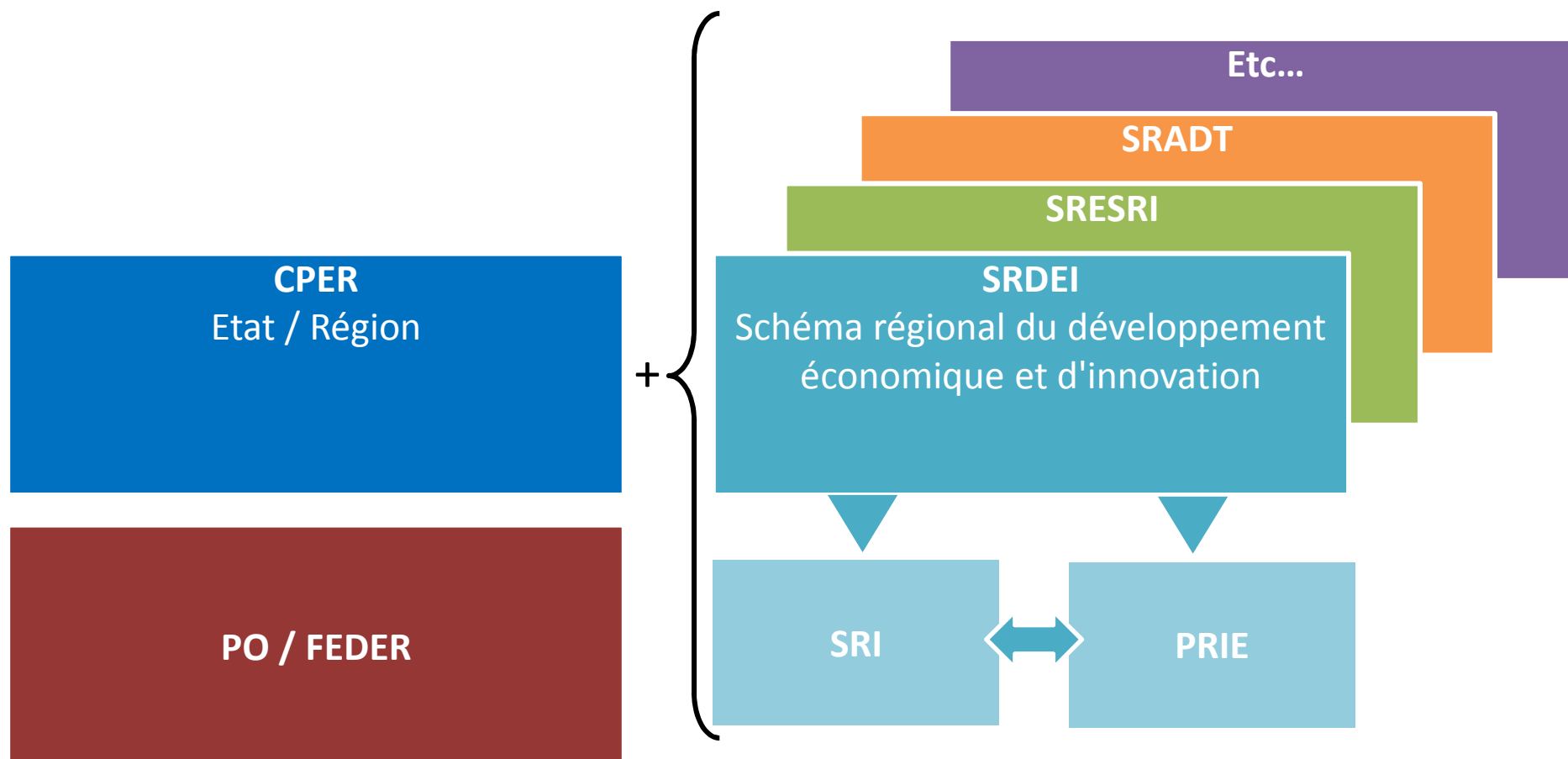
- **Phase 1 : Analyse interne et externe**
 - Benchmarking (y compris visites)
 - État des lieux des 3 territoires (panorama)
- **Phase 2 : Structurer un écosystème créatif**
 - Identification / sélection des acteurs et partenaires
 - Communication / évangelisation / animation / événementiels
 - Expérimentations (PACA Labs, ateliers, ...)
- **Phase 3 : Stratégie (vision et prospective) et Plan d'actions**
 - Ateliers actions
 - Rédaction d'un programme (actions, projets) comprenant des éléments budgétaires et un planning d'ensemble
 - Construction d'un tableau de bord de suivi du programme

Phase 3

Stratégie et plan d'actions : illustrations



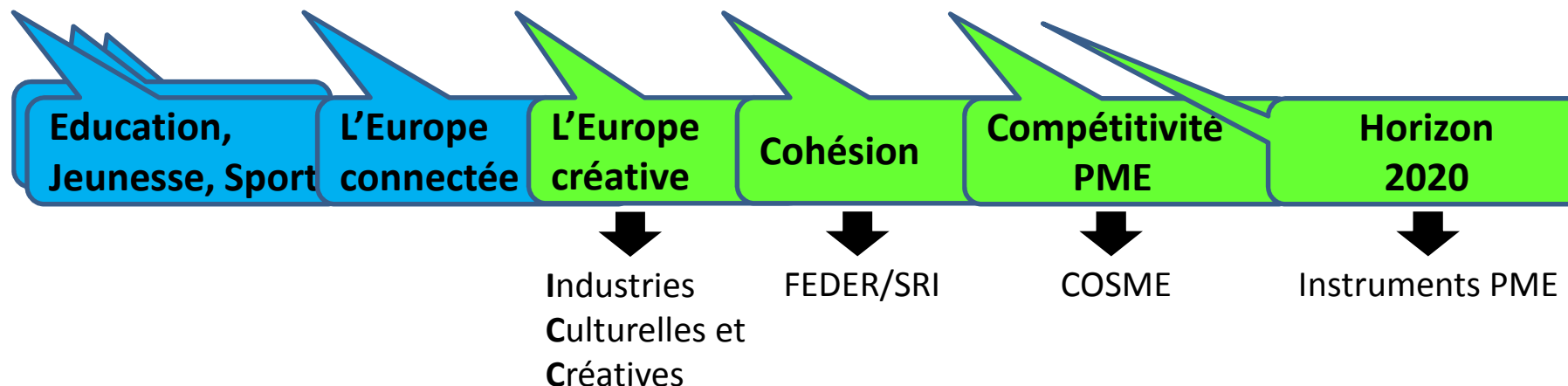
Les Schémas Régionaux



Le Cadre financier pluriannuel 2014- 2020

Propositions de la Commission du 29 juin 2011

1. Croissance intelligente et inclusive (491 milliards €)



2. Croissance durable: ressources naturelles (383 milliards €)

3. Sécurité et citoyenneté (18.5 milliards €)

4. L'Europe dans le monde (70 milliards €)

5. Administration (62.6 milliards €)

Total :
1 025
milliards €

Etat d'avancement

- **Phase 1 : Analyse (diagnostic) interne et externe**
 - Benchmarking (y compris visites et rencontres)
 - État des lieux des 3 territoires (y compris cartographie des ICC)

En cours de finalisation

- **Phase 2 : Structurer un écosystème créatif**
 - Identification / sélection des acteurs et partenaires
 - Communication / évangelisation / animation / événementiels
 - Expérimentations (PACA Labs, ateliers design et créativité...)

Partenaires identifiés

CREATIV'LABS

- **Phase 3 : Stratégie (vision et prospective) et Plan d'actions**
 - Ateliers actions
 - Rédaction d'un programme (actions, projets) comprenant des éléments budgétaires et un planning d'ensemble
 - Construction d'un tableau de bord de suivi du programme

1^{er} atelier : 21/11/13
2nd atelier : 12/12/13
3^{me} atelier : 4/01/14

Etat d'avancement phase 1

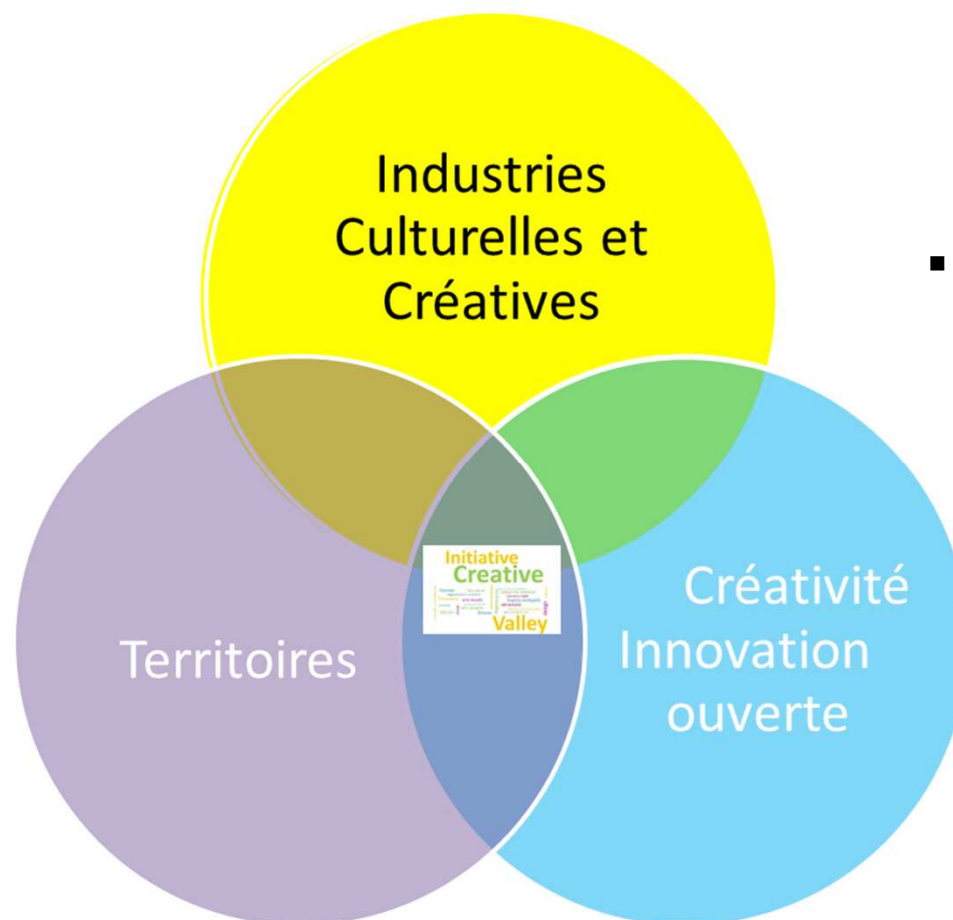
➔ Analyse externe / Benchmarking



➔ Analyse interne et panorama des 3 territoires



Benchmarking : ICC



- **Poids économique global :**
 - Europe,
 - France,
 - Région PACA.
- **Analyses thématiques :**
 - CCI NCA,
 - PRIMI / CCIMP.

Au niveau mondial

- ➔ Au niveau mondial, la CNUCED (Nations Unies) montre que **l'économie créative** est un **secteur d'activité plus résistant** aux chocs de la crise économique mondiale que les industries manufacturières traditionnelles.
- ➔ **Les exportations mondiales de biens et services créatifs** ont plus que doublé de 2002 à 2008 et avoisinent les 600 milliards de \$ US. Malgré une réduction de 12% du commerce mondial en 2008, les échanges mondiaux de biens et services créatifs ont continué de progresser à taux annuel moyen de 14%.

Quelques chiffres sur le dynamisme du secteur en Europe

➤ **Chiffre d'affaires** : plus de **654** milliards d'euros en 2003.

Par comparaison : 271 milliards d'euros pour l'industrie automobile en 2001 (soit **2,5 fois plus** !).

➤ **Valeur ajoutée au PNB communautaire** : **2,6** % en 2003.

Par comparaison :
2,1% pour les activités immobilières,
0,5% pour l'industrie textile ;
2,3% pour l'industrie chimique.



➤ **Croissance globale de la valeur ajoutée du secteur** en 1999-2003 : **19,7%**.

Dans le même temps, la croissance du reste de l'économie était de 7,4%.

➤ **Emploi** : **5,8** millions d'emplois en 2004, soit 3,1% des emplois totaux.

Alors que l'emploi total a décru en 2002-2004 dans l'UE, il a augmenté de près de 2% dans le secteur culturel.

Au niveau national

Etude du Pôle interministériel de prospective et d'identification des mutations économiques

Les ICC occupent une part de plus en plus importante de la création de valeur en France :

- 4% de la population active française.
- 5% de la valeur ajoutée française (95 Mds €)
- 3^{ème} rang européen en termes de valeur ajoutée créée par les ICC
- 7^{ème} exportateur mondial de biens créatifs (4^{ème} pays européen)

Le développement des ICC est très lié à celui des NTIC, lui même en plein essor. Sur un plan mondial, la force compétitive de la France n'est plus sur les industries traditionnelles.

Le capital immatériel joue un rôle majeur dans le processus de création des industries culturelles et créatives :

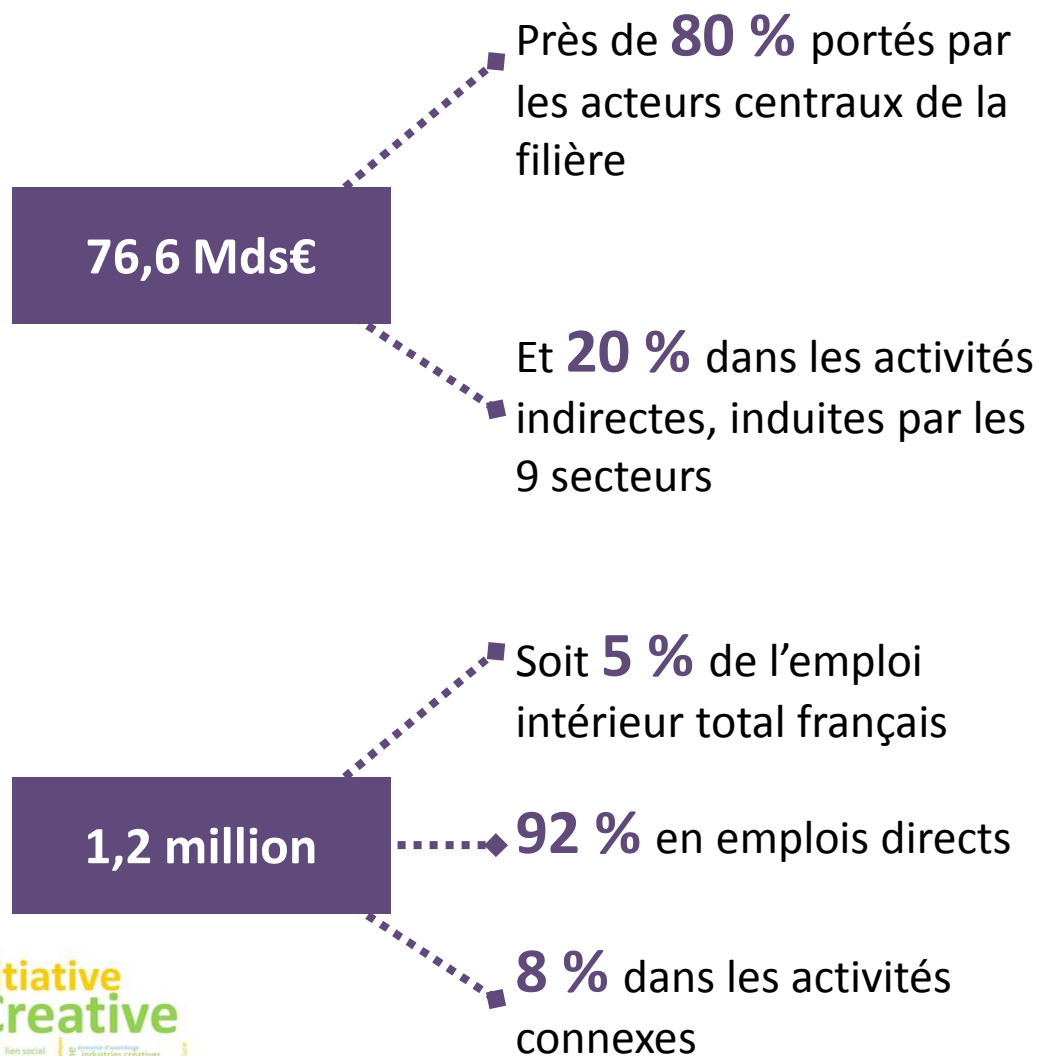
Les ICC sont fondées sur la créativité. De la création à la consommation, la chaîne de valeur de la création repose essentiellement sur des actifs immatériels :

- Talent des créateurs
- Connaissance du secteur
- Environnement propice à la création
- Marque
- Outils informatiques
- Qualité du réseau de fournisseurs

Source : Présentation 20/03/2012, PIPAME INDUSCREA, IFM
Gestion des actifs immatériels, croissance et compétitivité dans les industries culturelles et créatives PIPAME



1^{er} Panorama des Industries Culturelles et Créatives



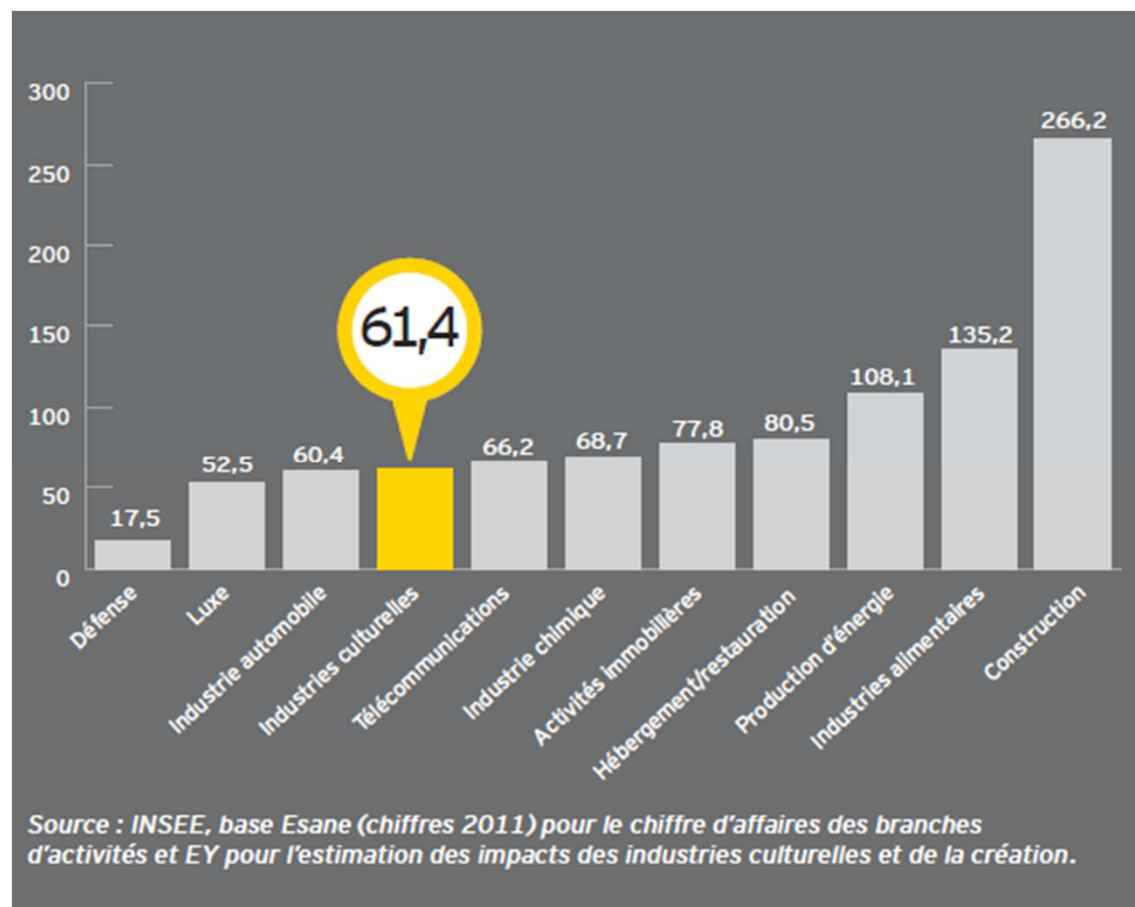
Source : Analyse EY – 1^{er} Panorama des industries culturelles et créatives en France – Novembre 2013

Les 9 marchés culturels et créatifs de la France

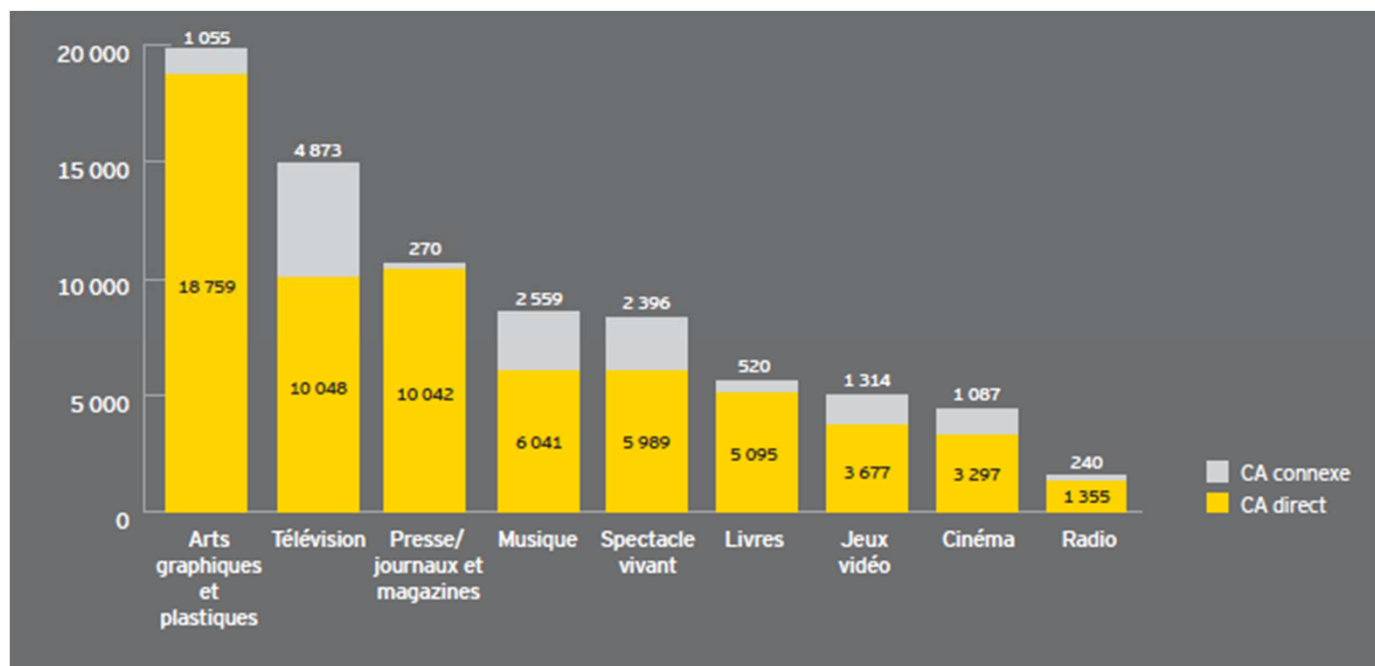


Source : Analyse EY – 1^{er} Panorama des industries culturelles et créatives en France – Novembre 2013

Comparaison des impacts directs des Industries Culturelles et créatives avec quelques filières économiques en France (en milliards d'euros)

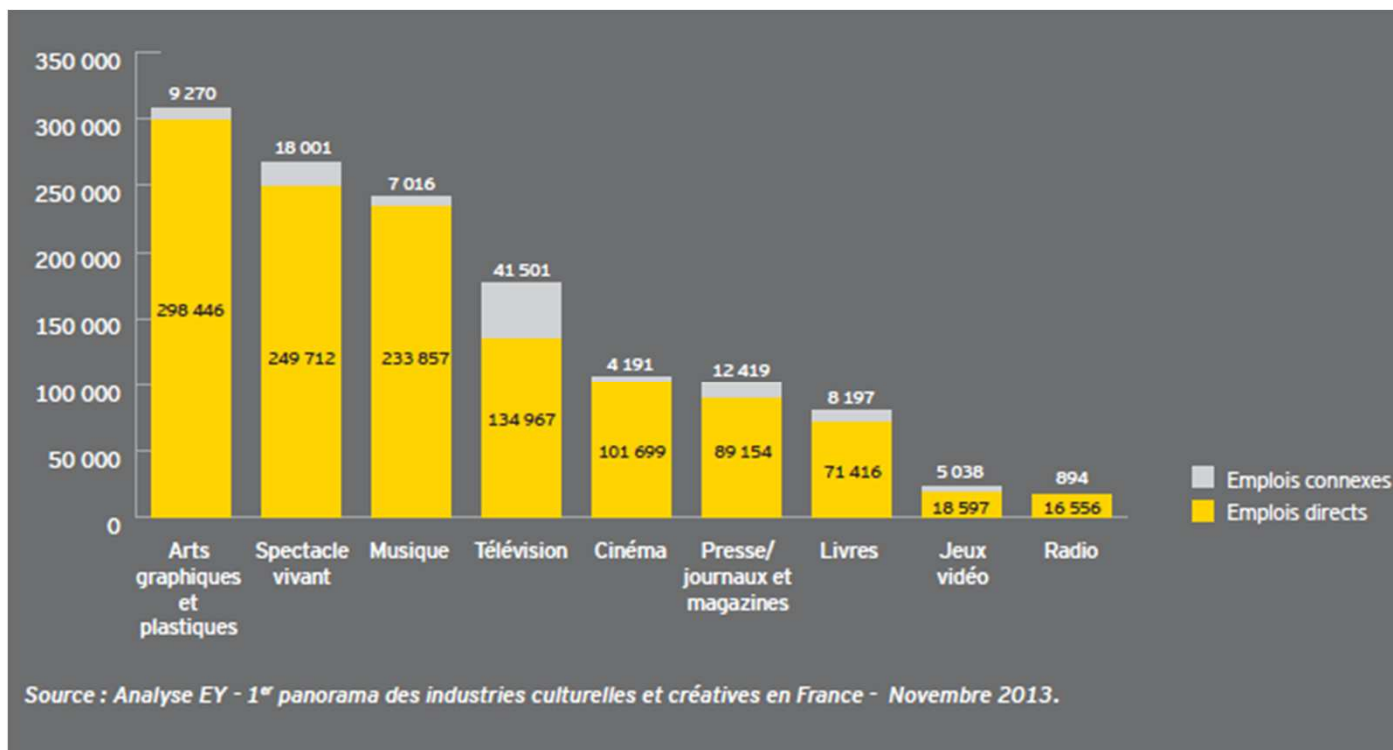


Estimation de l'impact « CA » des industries culturelles et créatives en France (données 2011 - en millions d'euros)

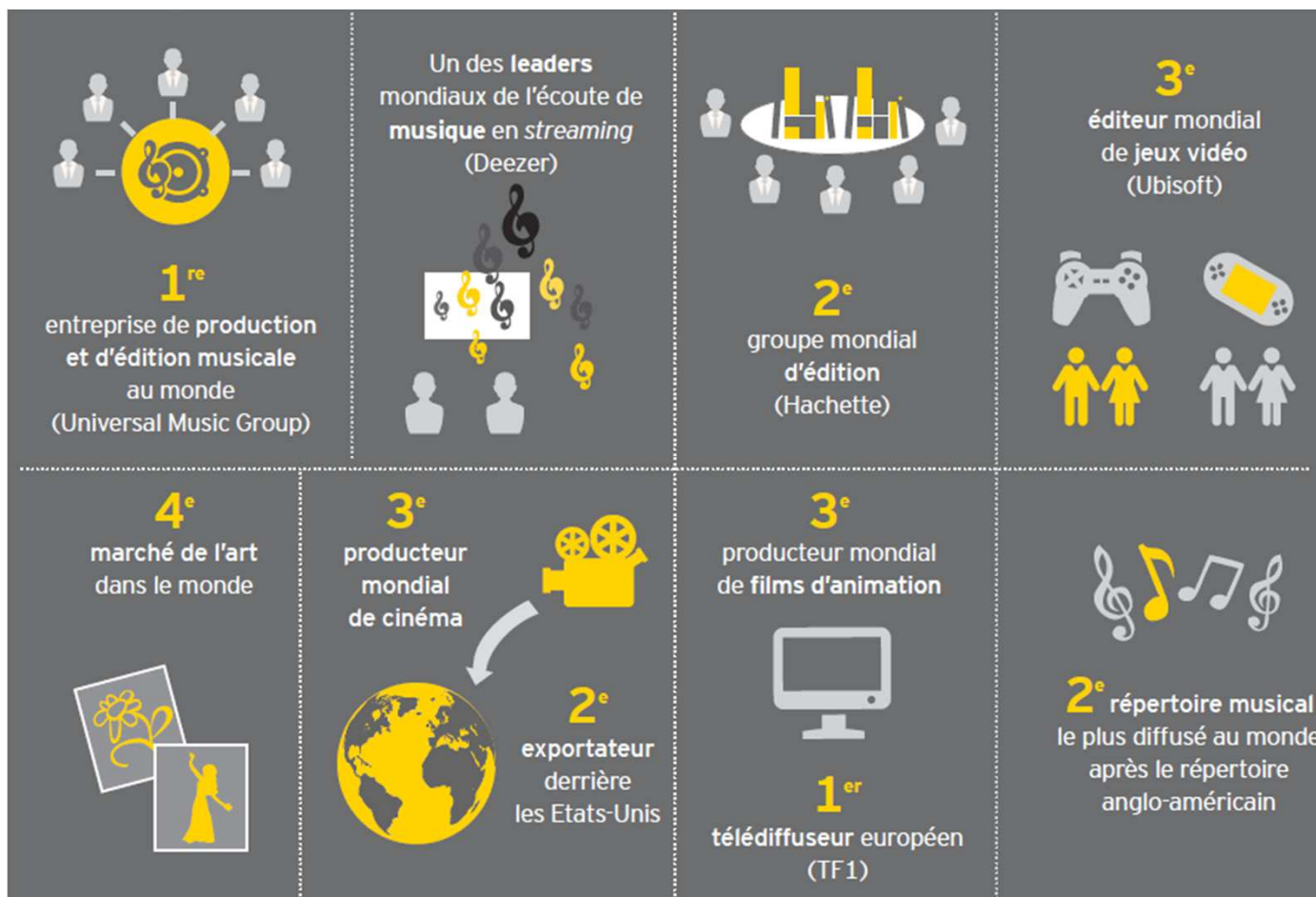


Source : Analyse EY – 1^{er} Panorama des industries culturelles et créatives en France – Novembre 2013

Estimation de l'impact « emplois » des industries culturelles et créatives en France (données 2011)



Leadership



Source : Analyse EY – 1^{er} Panorama des industries culturelles et créatives en France – Novembre 2013

Panorama culturel en PACA (MDER 2009)

- **3^{ème} région française** : emploi, élèves, visiteurs, équipements.
- *Ecart réduit par rapport à Rhône-Alpes.*
- **Dépenses publiques** : 700 M. € en 2003 et **1 Md €** en **2008**
- **Recettes du tourisme patrimonial** : **3 Mds €** en 2006
- **Emplois** : **60 000** (dont 10 000 emplois publics)
- A comparer avec :
 - ✓ Pétrochimie, chimie, plasturgie : **20 000**
 - ✓ Agro-alimentaire : **30 000**
 - ✓ Aéronautique, spatial, défense : **35 000**
- **23 500 Entreprises** uniquement des PME –TPE
- **Formation** : 500 organismes proposent 1 000 formations

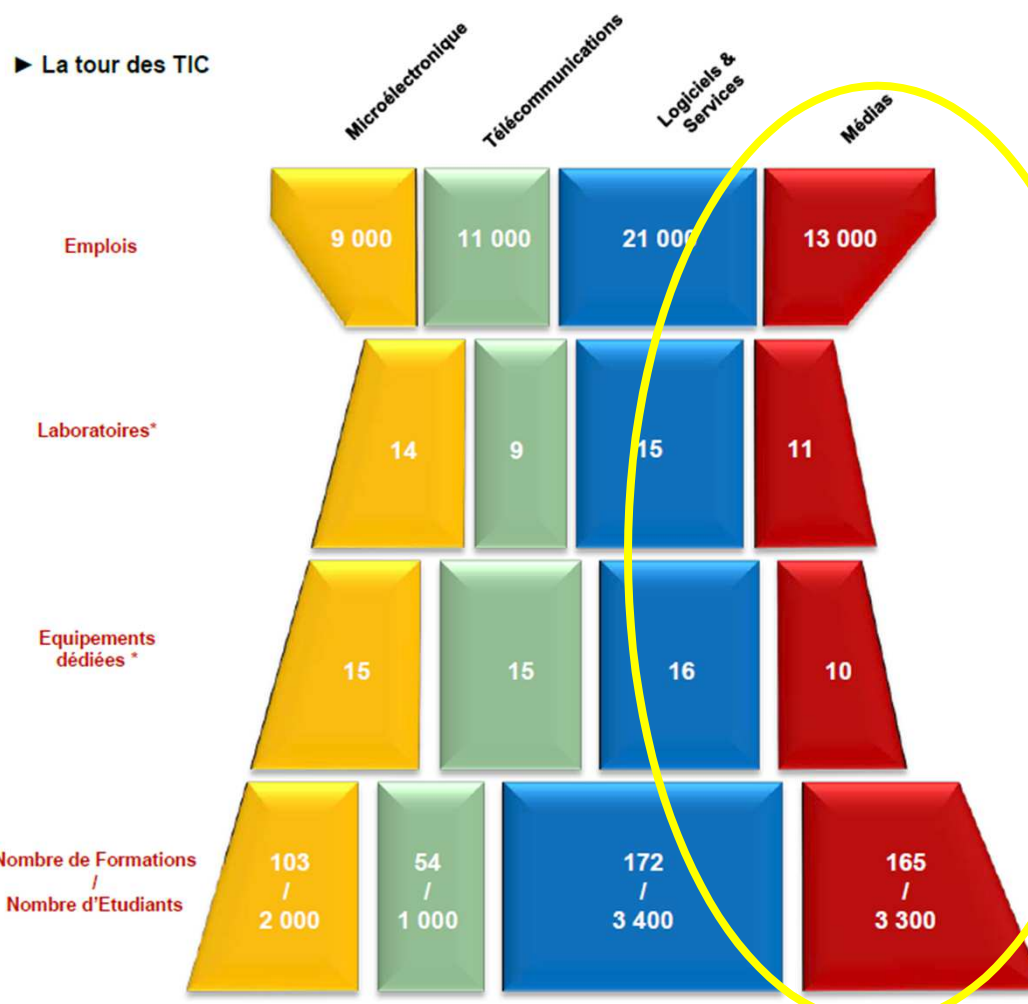
Panorama culturel en PACA (suite)

- Plus de **400** festivals et **1 700** ensembles artistiques
 - **Grands festivals** : Phares du rayonnement international de la région.
 - Retombées régionales :
 - ✓ Festival de Cannes : **160 M° €**
 - ✓ Festival d'Avignon : **23 M° €**
- **400** musées, **2 200** monuments historiques
- **622** bibliothèques / médiathèques
- **2^{ème} pôle national de tournage**



Etat d'avancement : Benchmarking

ICC : Panorama 2012 « Services et TIC » (MDER)

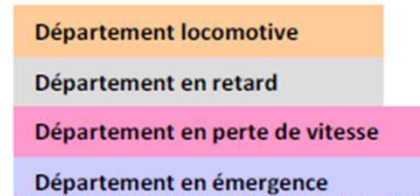
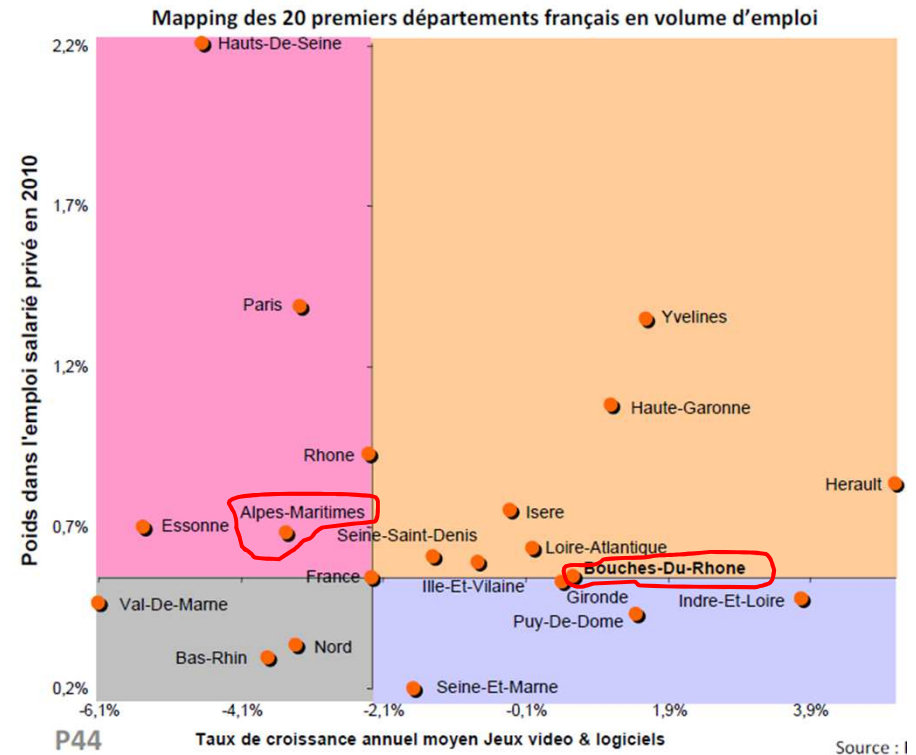
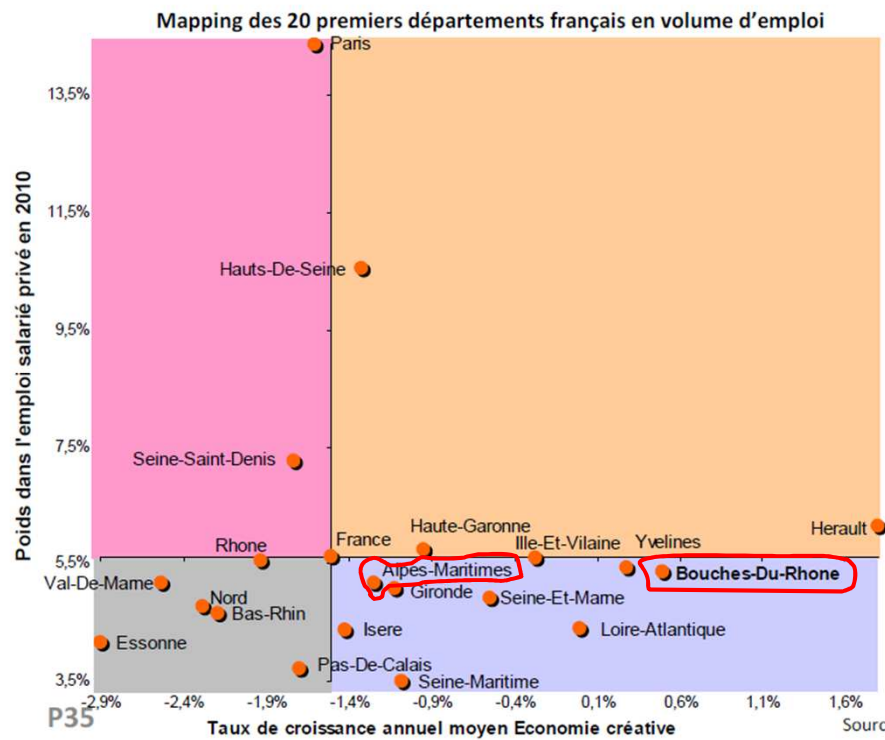


Domaine
Créative Valley

* Nombre de fois où une des filières est impactée par un des laboratoires ou des équipements présents

Etat d'avancement : Benchmarking

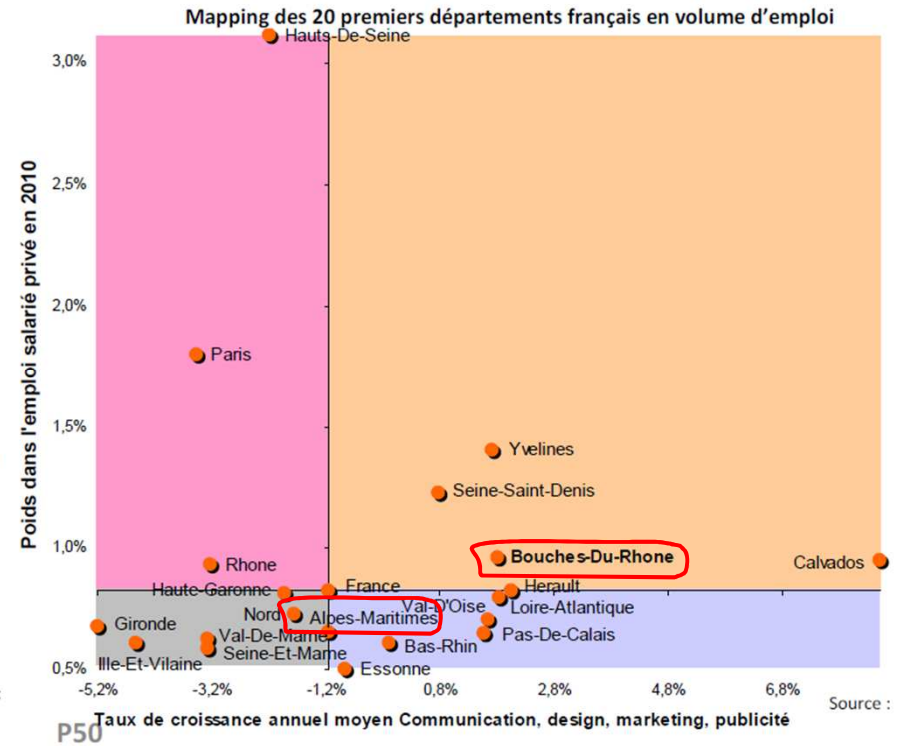
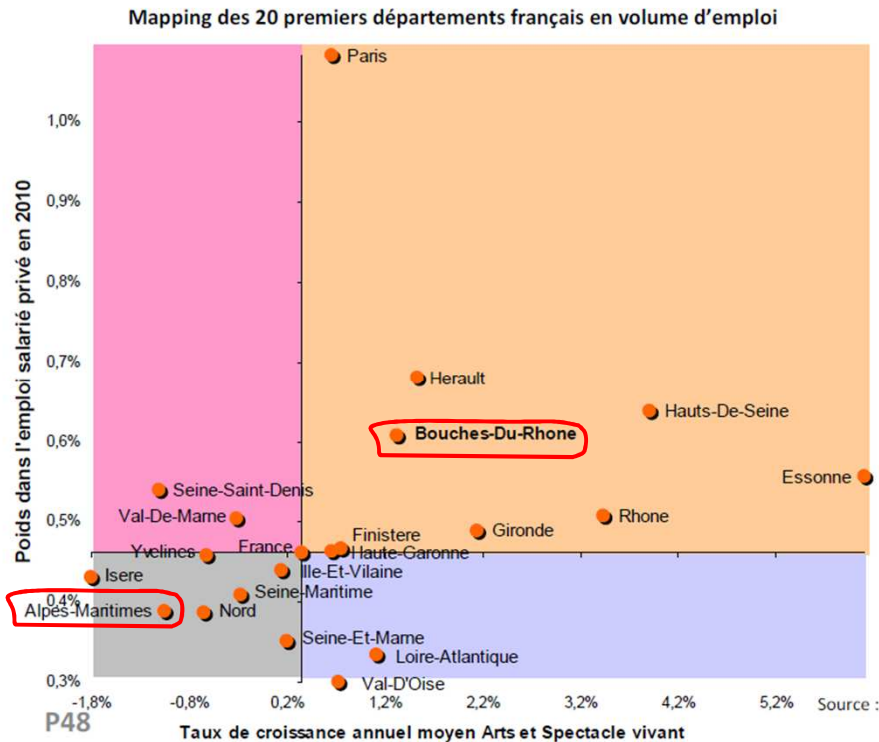
ICC : Panorama de l'économie créative sur les Bouches du Rhône (CCIMP)



Source : Pôle ressources économiques d'après données pole Emploi

Etat d'avancement : Benchmarking

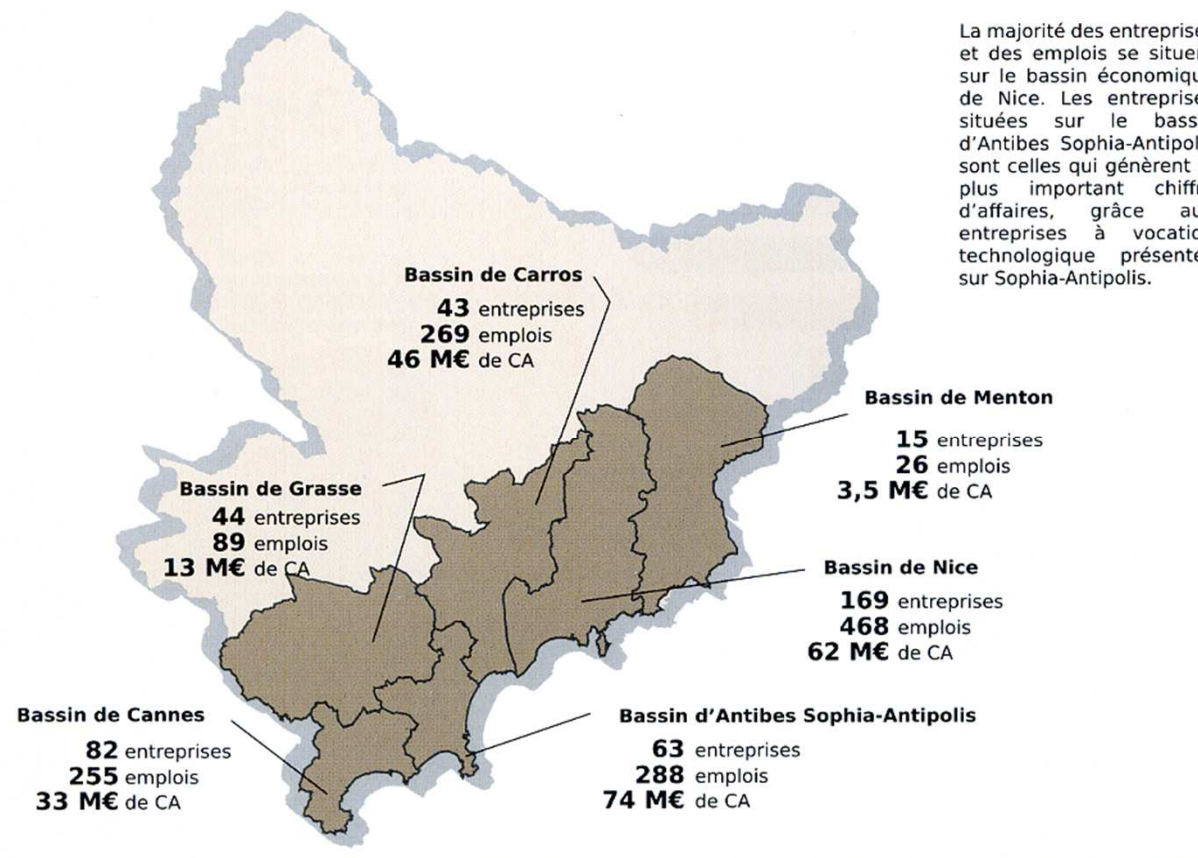
ICC : Panorama de l'économie créative sur les Bouches du Rhône (CCIMP)



Source : Pôle ressources économiques d'après données Pôle Emploi

Etat d'avancement : Benchmarking

ICC : Panorama sur la filière des Industries de l'image et de l'audiovisuel Côte d'Azur (CCINCA)



Etat d'avancement : Benchmarking

ICC : Panorama sur la filière des Industries de l'image et de l'audiovisuel Côte d'Azur (CCINCA)

● **Commission du film** : villes et communautés membres de la commission du film Alpes-Maritimes Côte d'Azur (voir encadré).

🎓 **Enseignement / recherche** : Ecoles, universités et centres de recherche, notamment l'ESRA qui propose des formations aux métiers du cinéma et de l'audiovisuel, l'INRIA dont une équipe de recherche travaille sur la modélisation géométrique d'environnements 3D, ou encore le master jeux vidéo de l'Université de Nice Sophia-Antipolis.

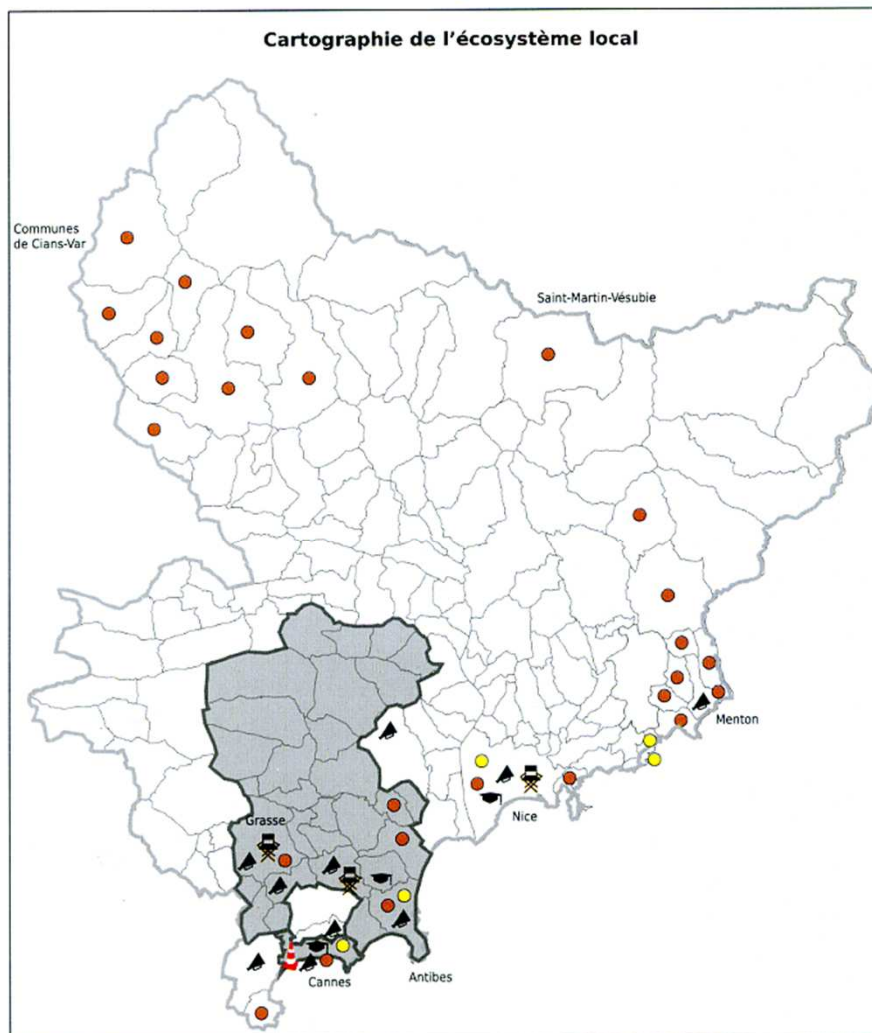
🎬 **Studios de tournages et d'enregistrements** : dont les mythiques studios de la Victorine à Nice rebaptisés «Les Studios Riviera».

● **Evénements et salons professionnels** : festival du film de Cannes, Explorimages à Nice, Méditerranée à Antibes,...

🚧 **Projets d'équipement** : Bastide Rouge et Cité du Cinéma à Cannes,...

📺 **Diffuseurs**, ce sont en majorité des cinémas mais aussi des radios, des chaînes TV et des web TV.

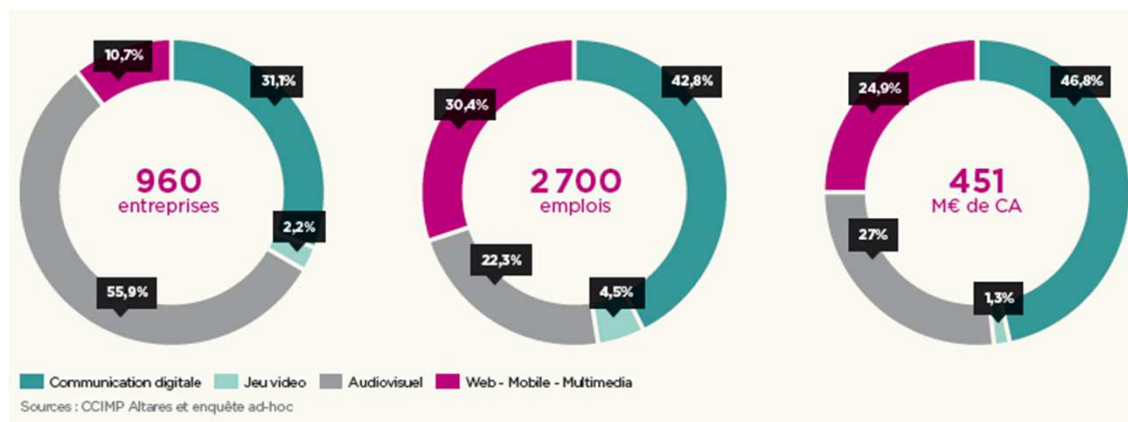
🏠 **Creative Valley**, en partenariat avec Méditerranée Technologies, réunit autour du concept d'économie créative le génie numérique de Sophia Antipolis avec le savoir-faire industriel de Grasse et la créativité événementielle de Cannes (voir encadré).



Les industries du contenu numérique en PACA (étude PRIMI)



Chiffres clés 2012

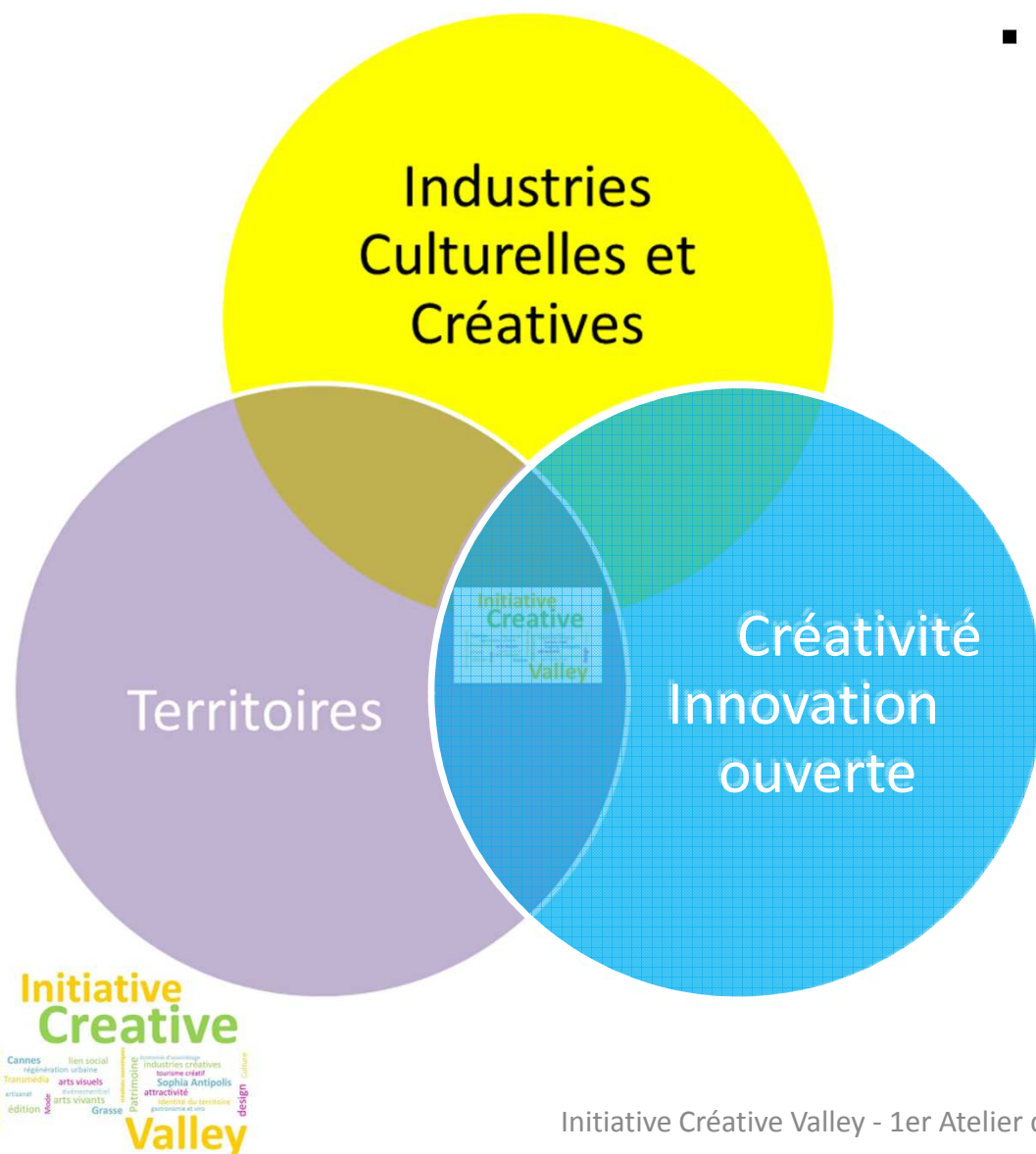


Ce qu'il faut retenir sur les ICC

- ✘ On dispose maintenant de beaucoup d'analyses et de chiffres, pas toujours cohérents car les périmètres ne sont identiques.
- ✘ Ce n'est pas important ! Ce qui compte, c'est la prise de conscience des Etats et des organismes associés surtout les plans d'actions et les programmes qui vont se mettre en place progressivement.
- ✘ L'Europe a anticipé depuis plusieurs années (label Région créative, programme Europe Créative,...).
- ✘ Le premier panorama PACA a été élaboré en 2009.
- ✘ La France a élaboré son premier panorama en 2013 !



Benchmarking : Créativité et Innovation ouverte



- **Tiers lieux :**
 - Coworking,
 - Living lab,
 - Fab Lab
 - Lieux alternatifs,
 - Cas des ERIC / EPN / Médiathèques.

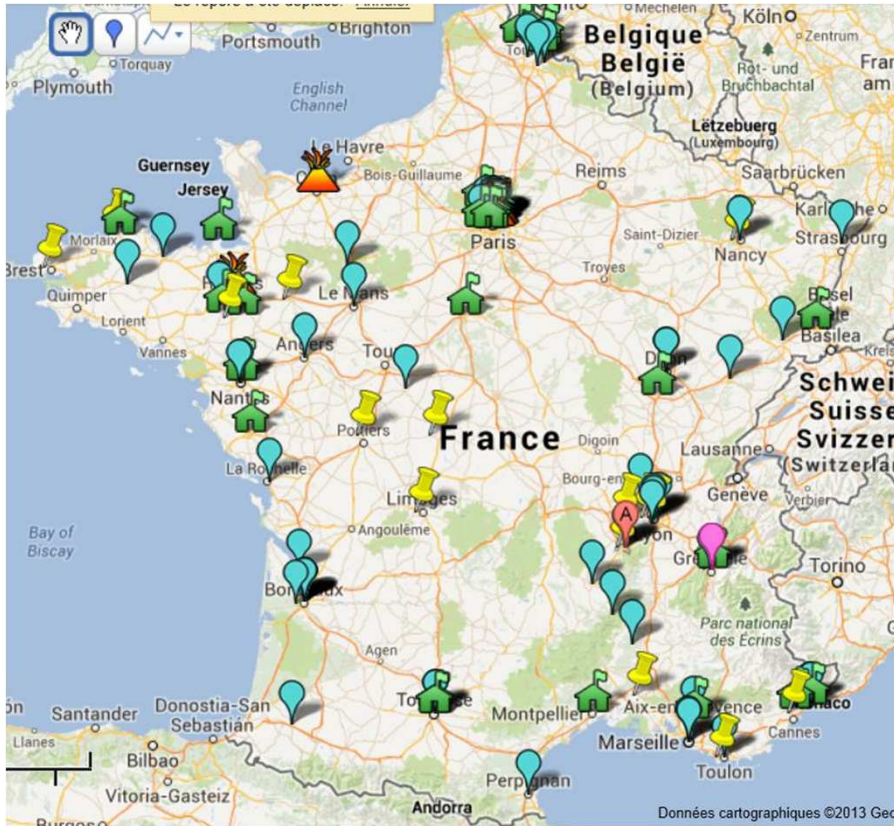






- **Méthodes et outils :**
 - Design,
 - Management de la créativité.

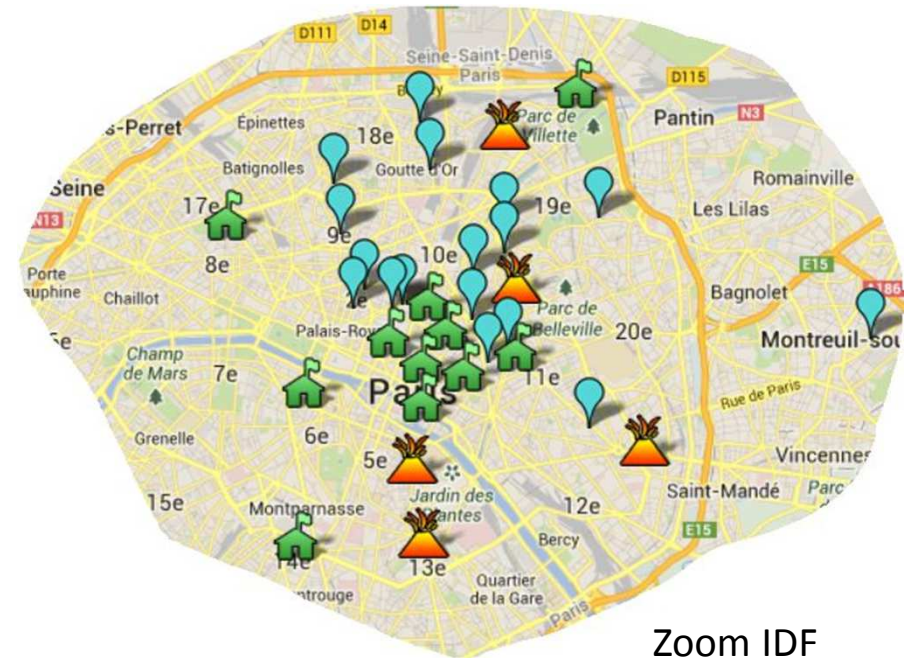


Les tiers lieux

Cartographie des Tiers-Lieux



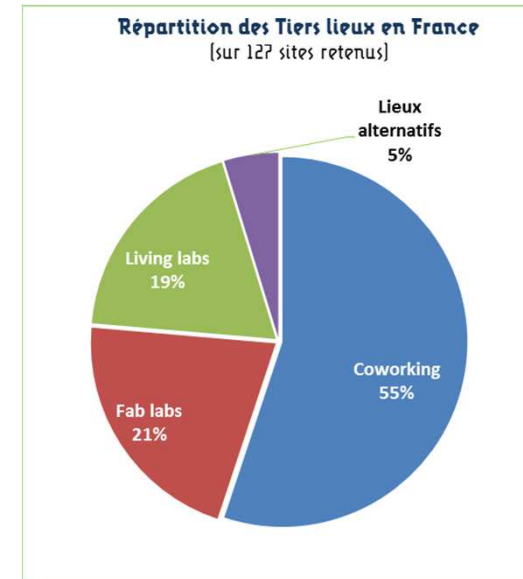
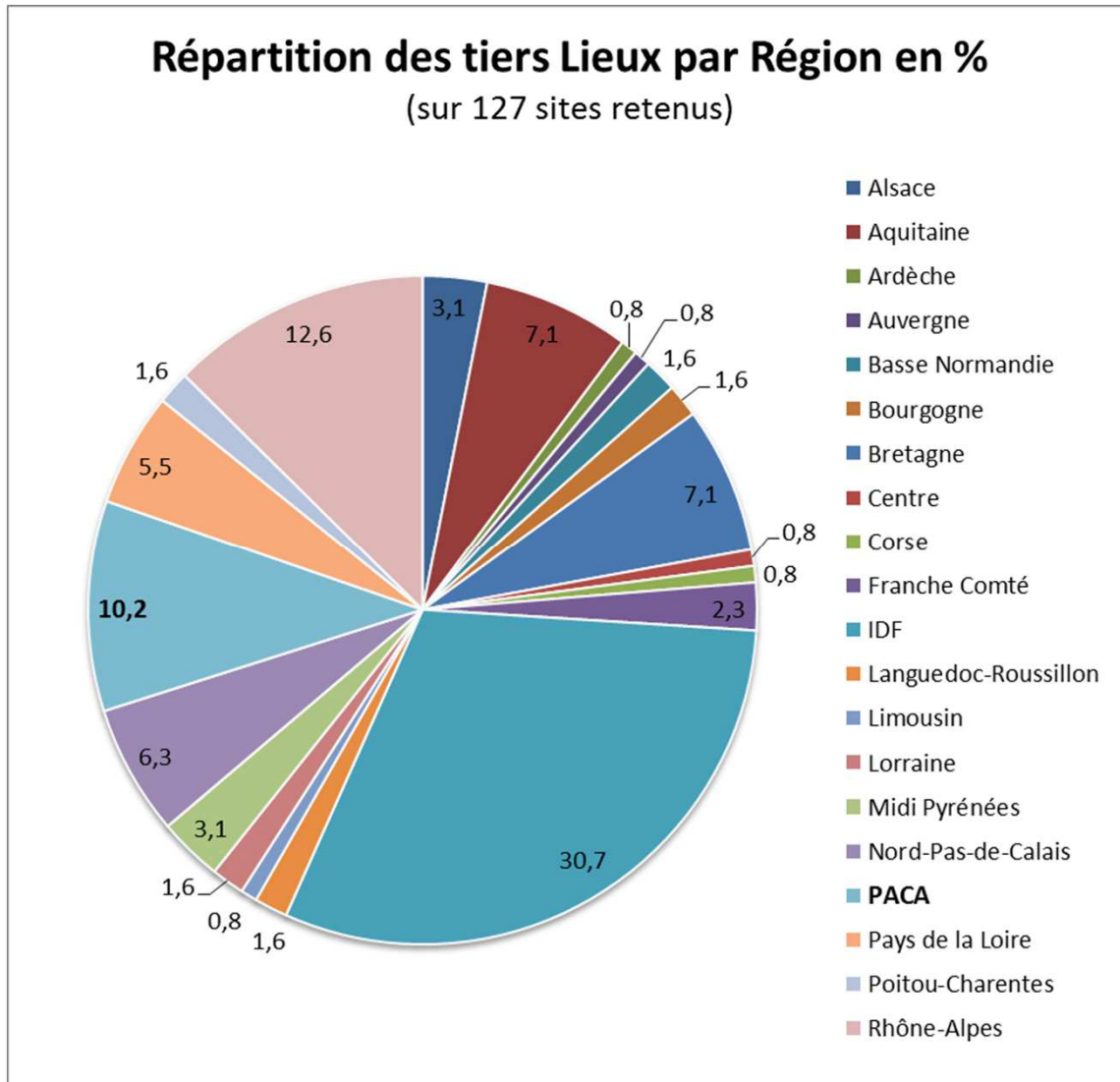
-  Fab Lab
-  Coworking
-  Living Lab
-  Lieux alternatifs



Zoom IDF



Les tiers lieux



Ce qu'il faut retenir sur les Tiers-lieux

- ✘ Dans ce domaine, on dispose également de beaucoup d'éléments, et en particulier, des premiers bilans.
- ✘ Avec ce recul, il est possible de recenser les bonnes pratiques (mais adapter au contexte local !!!). Ce qui explique peut-être en partie l'hétérogénéité à l'intérieur de chaque type de tiers lieux.
- ✘ Aujourd'hui, on est tenté de demandé à ces « tiers lieux » à peu près tout.

3 sujets à approfondir

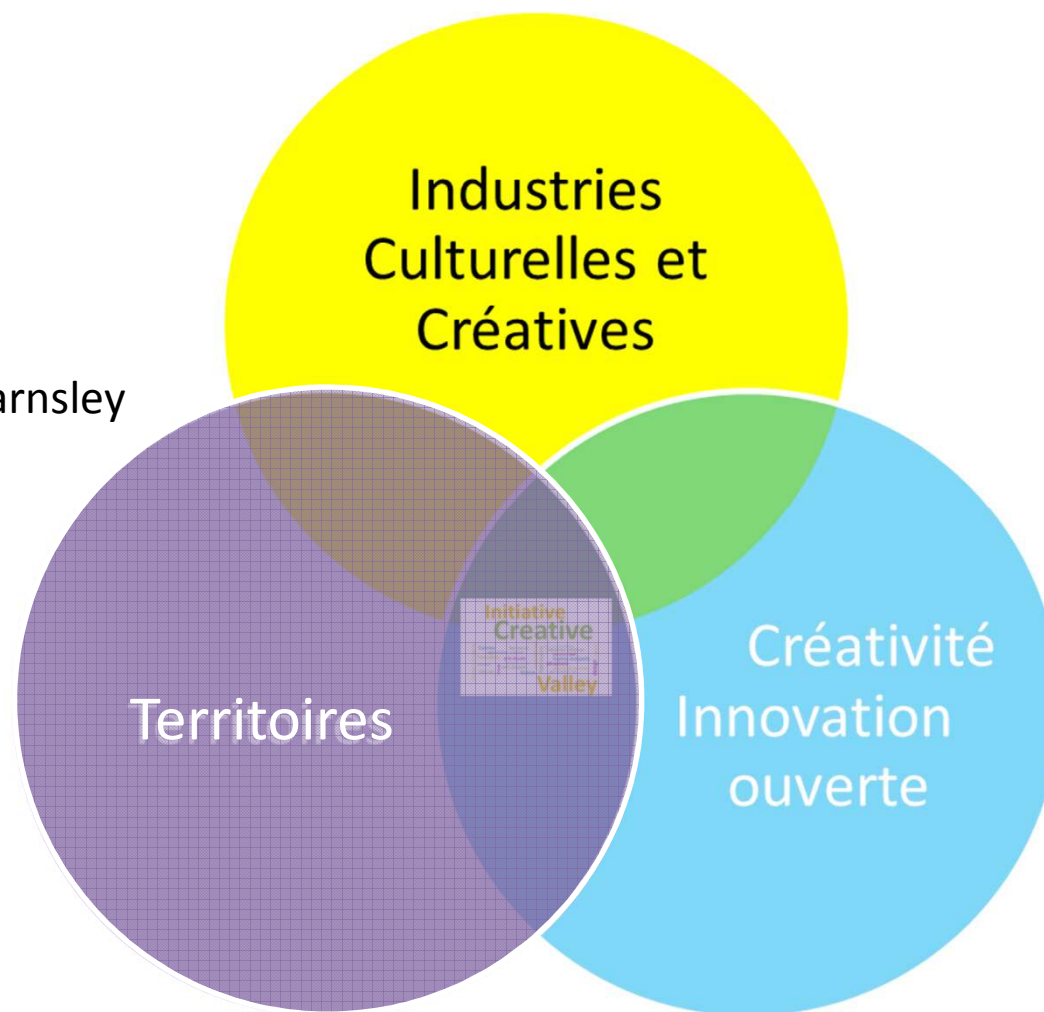
- ✘ Quels services les Tiers-lieux peuvent-ils, doivent-ils proposer aux innovateurs ?
- ✘ Dans quelles mesures les Tiers-lieux sont-ils des foyers d'innovation de rupture ?
- ✘ Quels liens peut-on imaginer entre les Tiers-lieux et les nombreux dispositifs plus traditionnels de soutien à l'innovation ?

Quelques réflexions

- ✓ Des lieux de travail et d'entrepreneuriat aux lieux de projets.
- ✓ Comment ces lieux contribuent à faire grandir les idées les plus porteuses ?
- ✓ Quels liens peuvent-ils, doivent-ils tisser avec des acteurs comme les incubateurs, pépinières, pôles, PRIDES,... ?
- ✓ Comment tout ce monde peut-il travailler en réseau ?
 - Et si... on mutualisait certains services pour éviter d'être redondant.
 - Et si... on construisait une cartographie qui recense chaque tiers-lieux afin de créer un écosystème complet.
 - Et si... les tiers-lieux recueillaient et partageaient leurs « feuilles de routes » afin de savoir qui fait quoi.

Benchmarking : les territoires créatifs

- **En France**
 - Saint Etienne
 - Lille
 - Nantes
 - Toulouse
 - Ile de France
- **En Europe**
 - Royaume-Uni : Birmingham, Barnsley
 - Pays-Bas : Eindhoven,
 - Finlande : Lahti
 - Suède : la Région d'Umea,
 - Belgique : Wallonie
- **A l'international**
 - Amérique du Nord
 - Montréal (MOSAÏC)



Quelque exemples de projets

Imaginarium : <http://imaginarium-society.org/>

(Tourcoing)



- Hôtel d'entreprises,
- Espace de coworking,
- laboratoires de recherche (CNRS + 2 Universités (Lille 1 et 3)).
- des espaces événementiel partagés qui accueillent : forums, rencontres, conférences, et résidence artistique des arts numériques et spectacle vivant.

La Forge des Possibles <http://www.laforgeledespossibles.org>

(Pays de la Loire)



Laboratoire vivant de l'internet de demain

- FABLAB,
- espace de coworking,
- Ecole du Numérique,
- OPEN LAB.



ICI Montreuil: <http://www.icimontreuil.net/>

Le lieu est composé de :

- 1 zone **tout public** : Galerie / show room / boutique / resto sur 250 m2.
- 1 zone "**creative space**" qui s'adresse aux entrepreneurs de la création sur 1500 m2 :



- 3 **openspace** aménagés de tables (avec wifi) pour accueillir 70 **coworkers**
- 3 **ateliers** avec machines (**bois, métal, bijoux**)
- 1 **FabLab** avec **imprimantes numériques 3 D**,...
- 2 **studios photos / montage vidéos**
- 1 **atelier textile**
- 1 **médialab**



Quelque exemples de projets

Labo de l'édition : <http://labodeedition.com/>

Paris 5



- Incubateur
- Plateforme d'animation
- Organisme de formation
- Espace de coworking



L'ETABLISSEMENT <http://www.letablissienne.com/>

Paris 12



- Bricolab,
- Techshop (outils non numériques),
- Centre de formation.



Le CENQUATRE <http://www.104.fr/>

Paris 19



Espace artistique de services publics / Lieu de vie Culturelle de recherche et d'innovation :

- Accompagnement de projets artistiques,
- Résidence d'artistes
- Incubateur
- Accueil de manifestations
- Nouvelle "Fabrique" numérique
- Partenariat avec le monde de la recherche



Autres exemples

les living labs temporaires (Evénements)

- ➔ **Futur en Seine** : IDF du 13 au 23 juin 2013. Fabriquer et exposer les nouveaux «objets» du siècle, partager et révéler les opportunités de l'Île-de-France pendant 10 jours et accueillir le Monde, tel est l'objectif de Futur en Seine 2013.
<http://www.futur-en-seine.fr/>
- ➔ **Forum d'Avignon** : le Forum d'Avignon organise chaque année, avec ses partenaires, des rencontres internationales qui sont l'occasion de débats inédits entre les acteurs de la culture, des industries de la création, de l'économie et des médias.
<http://www.forum-avignon.org/>
- ➔ **La Biennale** : Saint Etienne. Dès 1998, l'École régionale des Beaux-arts de Saint-Étienne organisait la Biennale Internationale Design Saint-Étienne, qui allait devenir le plus éclectique des événements sur le design en France.
<http://www.citedudesign.com/fr/biennale/>

Ce qu'il faut retenir sur les Territoires

- ✘ Un réel dynamisme en France
- ✘ Plutôt dans le cadre d'une métropole avec mise en place d'une stratégie à **long terme** : le rôle du politique est déterminant.
- ✘ L'existence de « friches » après des « accidents industriels » en province impose pratiquement ce type de démarche.
- ✘ Pas d'exemple connu sur un territoire type « Créative Valley » : urbanisation « morcelée » et qui n'a pas connu de grandes catastrophes économiques.
- ✘ **Il va falloir être créatif** sur un territoire : le modèle le plus adapté semble le fonctionnement en « **réseau** ».



Etat d'avancement phase 1

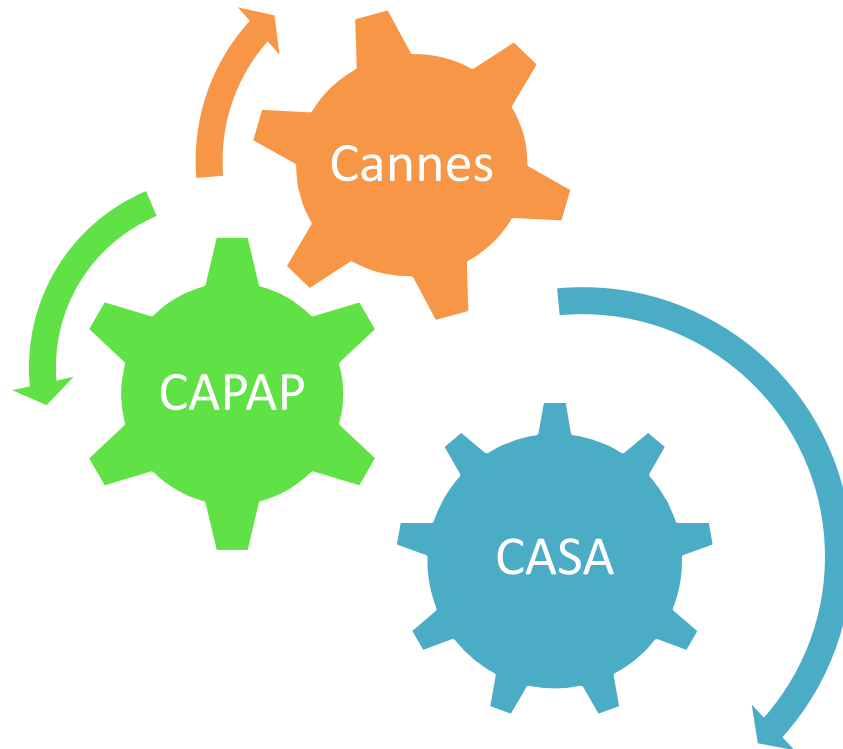
➔ Analyse externe / Benchmarking



➔ Analyse interne et panorama des 3 territoires



Analyse interne et panorama des 3 territoires



Méthodologie

- Elaboration d'une Fiche de synthèse par chaque Collectivité (carte d'identité, Industrie, Culture, Tourisme, Formation, orientation stratégique).



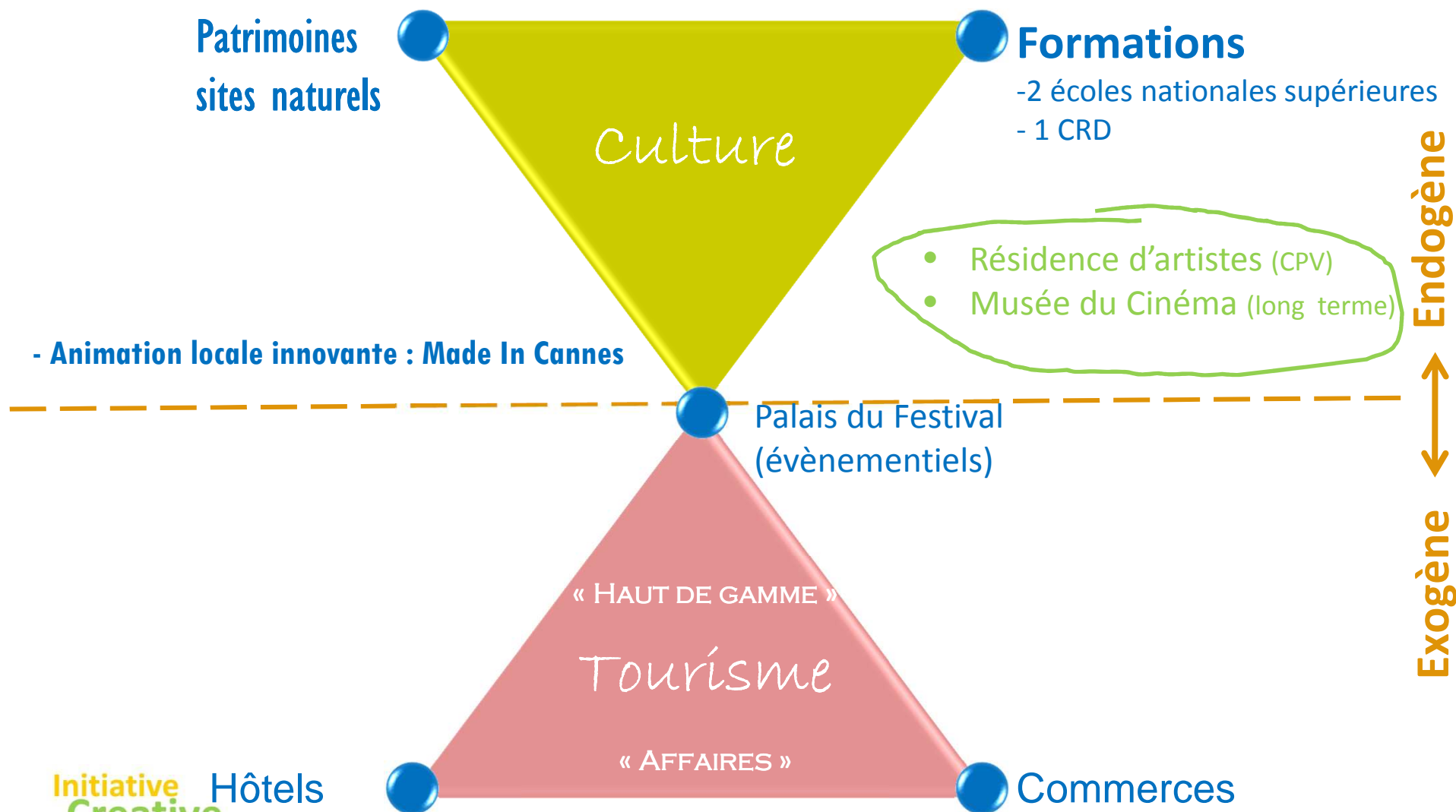
Bien connaître les atouts, faiblesses
et perspectives de son territoire.

- Analyse croisée des 3 territoires



- complémentarité
- axes possibles de coopération / synergie.

Ville de Cannes « centre » : Modèle culturel



Ville de Cannes "Ouest": Modèle industriel

- Pépinière
- Fab Lab
- Living Lab
- Etc...

IMAGE
NUMERIQUE

Campus universitaire
(formation, restauration, hébergement,...)

PRIMI
PÔLE
TRANSMÉDIA
MÉDITERRANÉE

Un thème fédérateur
à trouver

Applications
services
usages

BASTIDE ROUGE



SPATIAL

TAS

Comité Romano / Pegase

SPACE CAMP

- Sous-traitants
- Pépinière
- ESA BIC
- etc...



CAPAP : modèle industriel

Industrie

Formation et Recherche

Pôle de
compétitivité
PASS

CAPAP a structuré avec succès la chaîne industrielle et culturelle autour de son cœur de métier « la marque **Arôme / Parfum** »



Grasse

- Club des entrepreneurs
- Centifolia
- Economie de la fonctionnalité

Arômes Parfums

Animation

Aromagrasse

Pépinière
Coworking



CAPAP : Modèle culturel

Théâtre (TDG)

Danse /Cirque

- Une programmation innovante

Spectacle du vivant



Mouans Sartoux

CAPAP

Déjà ville créative ?

- Projet MOVILAB
- La Strada
- La Médiathèque / ERIC
- Le Festival du livre
- Etc....

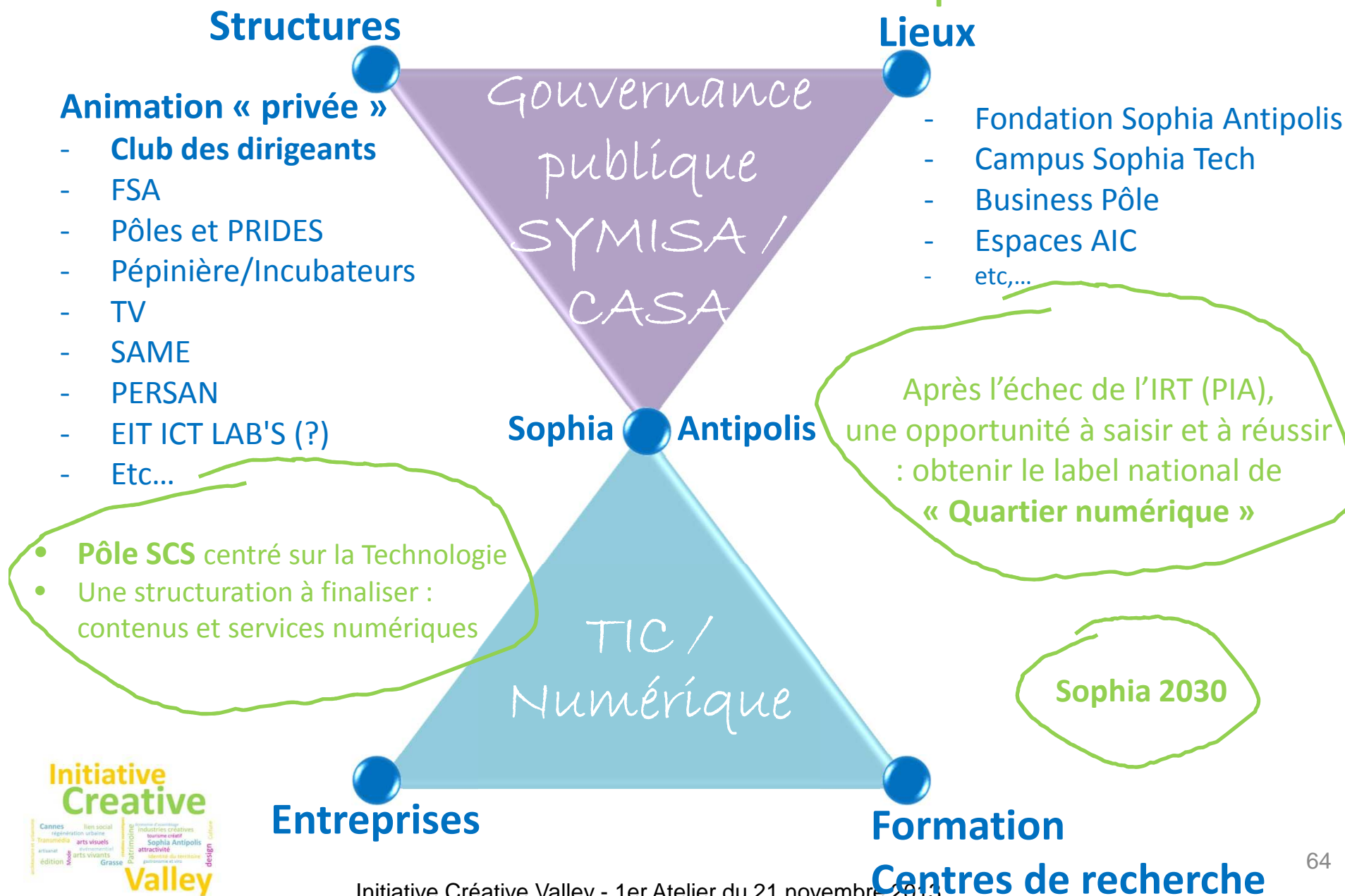
Tourisme culturel

Musées

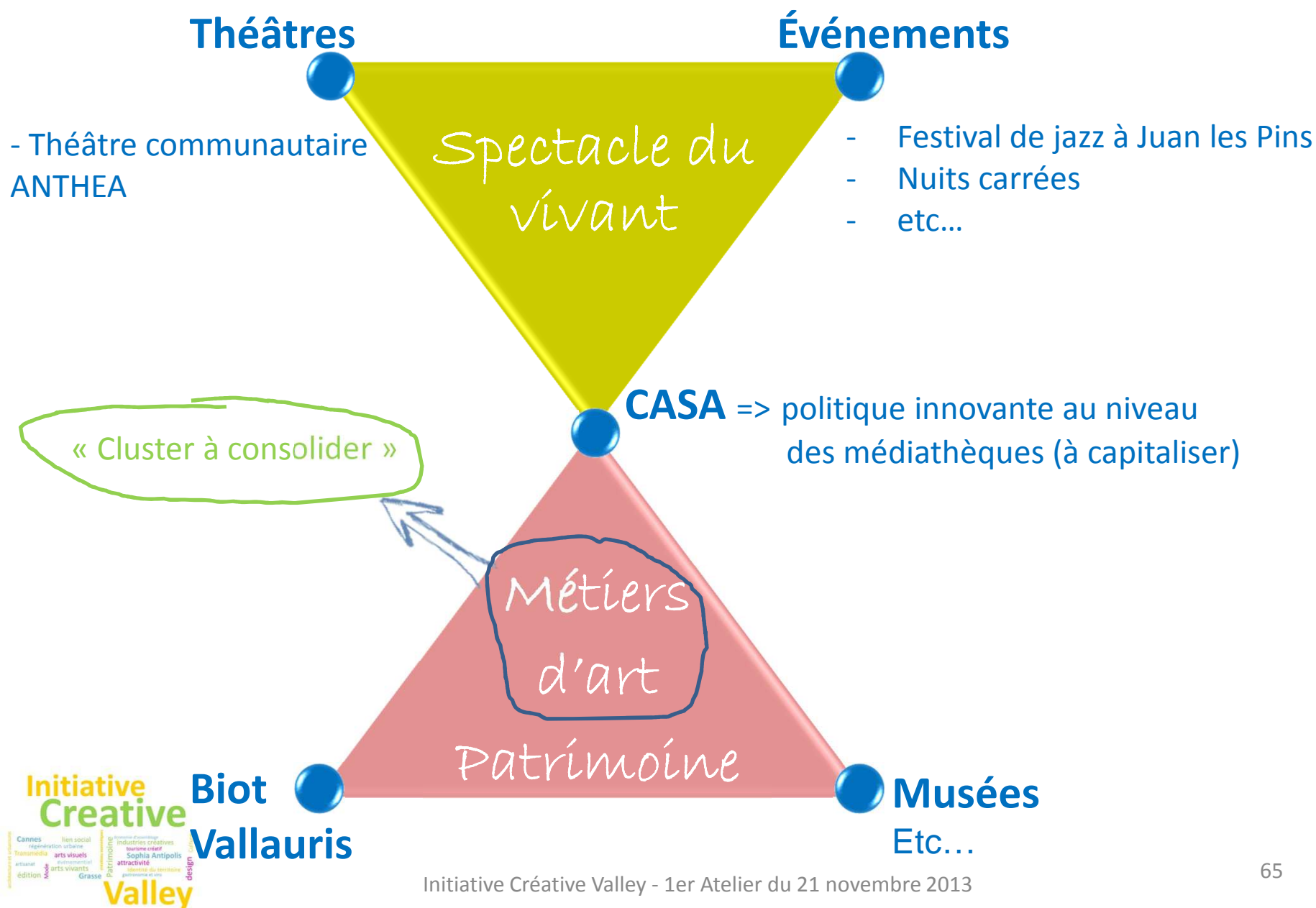
Patrimoines

- Musée de la Parfumerie
- Musée des plantes à parfums
- Musée des techniques d'extraction (projet)

CASA : le modèle industriel centré autour de la technopole



CASA : Modèle culturel



Synthèse analyse croisée

- ➔ Plusieurs ingrédients de l'économie créative sur les 3 territoires mais nécessité de planter quelques graines supplémentaires pour valoriser l'existant et le développer.
- ➔ Force industrielle et culturelle, le plus important du département 06, variée et touchant de nombreux secteurs et filières



projets inter-filières sources de nouveaux emplois de demain

- ➔ Axes de coopération :
 - Spectacle du vivant CANNES / CAPAP
 - Contenus et services numériques CANNES / CASA (Technopole)
 - Etc...

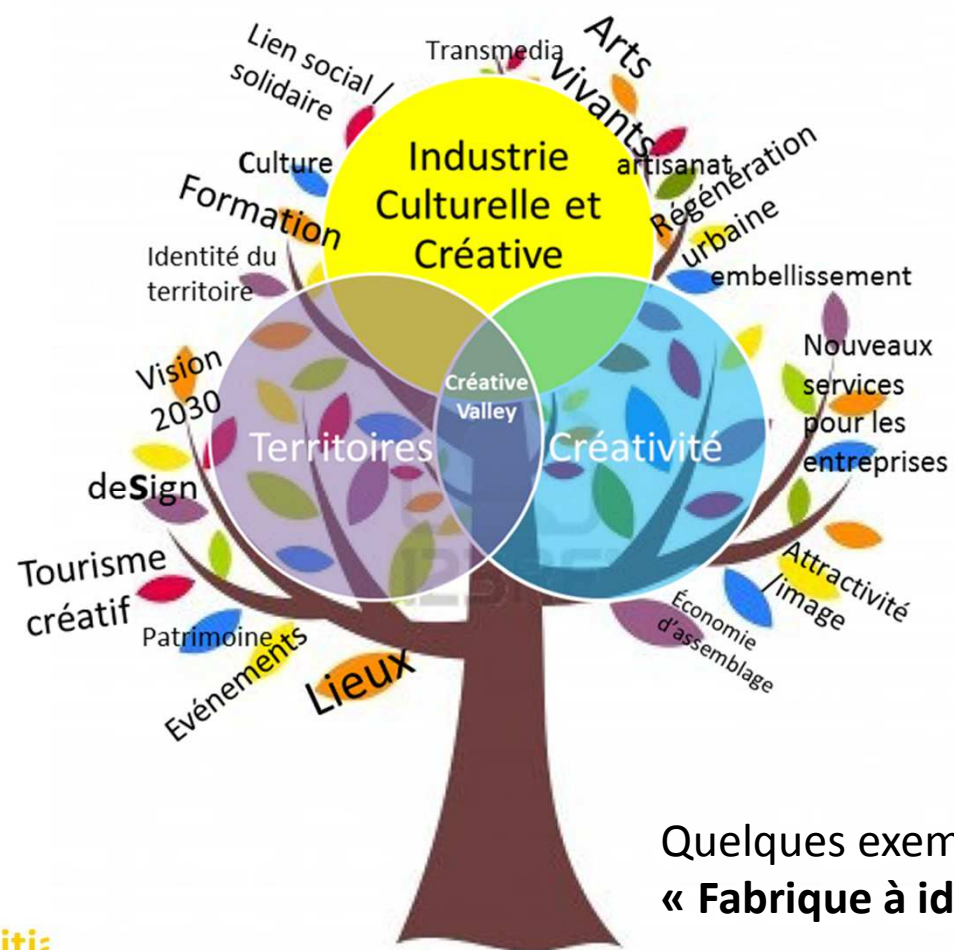


Synthèse analyse croisée

- ➔ Même si ce territoire n'est pas organisé en **Pôle Métropolitain** (statut juridique permettant de regrouper des intercommunalités autour d'un projet donné)
- ➔ **L'initiative Créative Valley** est un **liant** entre les différents acteurs pour faire émerger des « idées » et les transformer en projets concrets.
- ➔ De plus, les 3 territoires ont la chance de pouvoir s'appuyer sur une des « **marques fortes** » déjà établies.
- ➔ Les Collectivités Territoriales ont besoin :
 - d'une reconnaissance claire et explicite de l'objectif de développement de « l'économie créative » dans les stratégies du secteur public à tous les niveaux : Région, Etat, Europe.
 - d'une politique « économie créative » basée sur des projets dont les objectifs sont clairement définis.
 - d'une vision à long terme qui engage à la fois les élus, les techniciens, les entreprises, les créatifs, le secteur associatif et les autres citoyens avec évidemment la volonté de travailler ensemble.
 - d'équipements « créatifs » répartis de façon équilibrée sur tout le territoire permettant un meilleur partage des dépenses.



Merci de votre attention !



Quelques exemples de thèmes pour l'atelier
« **Fabrique à idées** »