

NEXA

ETUDE DE CONNAISSANCE ET DE DÉVELOPPEMENT DES INDUSTRIES CULTURELLES ET CRÉATIVES À LA RÉUNION

Rapport complet

Avril 2015

NEXA

PHASE 1

DIAGNOSTIC DE LA FILIÈRE

Avril 2015

SOMMAIRE : PHASE 1 – DIAGNOSTIC DE LA FILIERE ICC

▶	INTRODUCTION	p. 4
▶	1 – ELEMENTS DE CONTEXTE SUR LES INDUSTRIES CULTURELLES ET CREATIVES	P. 9
▶	1.1 – Industries Créatives et Culturelles : périmètres et chiffres clés	p. 10
▶	1.2 – Benchmark et concurrence territoriale	p. 15
▶	2 – ETAT DES LIEUX DE LA FILIERE ICC A LA REUNION	P. 26
▶	2.1 – Acteurs en présence et poids économique du secteur	p. 27
▶	2.2 – Relations avec les autres secteurs de l'économie	p. 51
▶	3 – SYNTHESSES ET RECOMMANDATIONS	P. 54
▶	3.1 Synthèse et bilan de la filière ICC sur le territoire	p. 55
	3.2 Recommandations générales	p. 63
▶	ANNEXES	p. 66
▶	Annexe 1 : Sources et contacts	p. 67
▶	Annexe 2 : Données complémentaires	p. 77
▶	Annexe 3 : Zoom par domaines d'activités des ICC à la Réunion	p. 82

▶ INTRODUCTION

- ▶ 1 – ELEMENTS DE CONTEXTE SUR LES INDUSTRIES CULTURELLES ET CREATIVES
- ▶ 2 – ETAT DES LIEUX DE LA FILIERE ICC A LA REUNION
- ▶ 3 – SYNTHESE ET RECOMMANDATIONS (premières pistes)
- ▶ ANNEXES

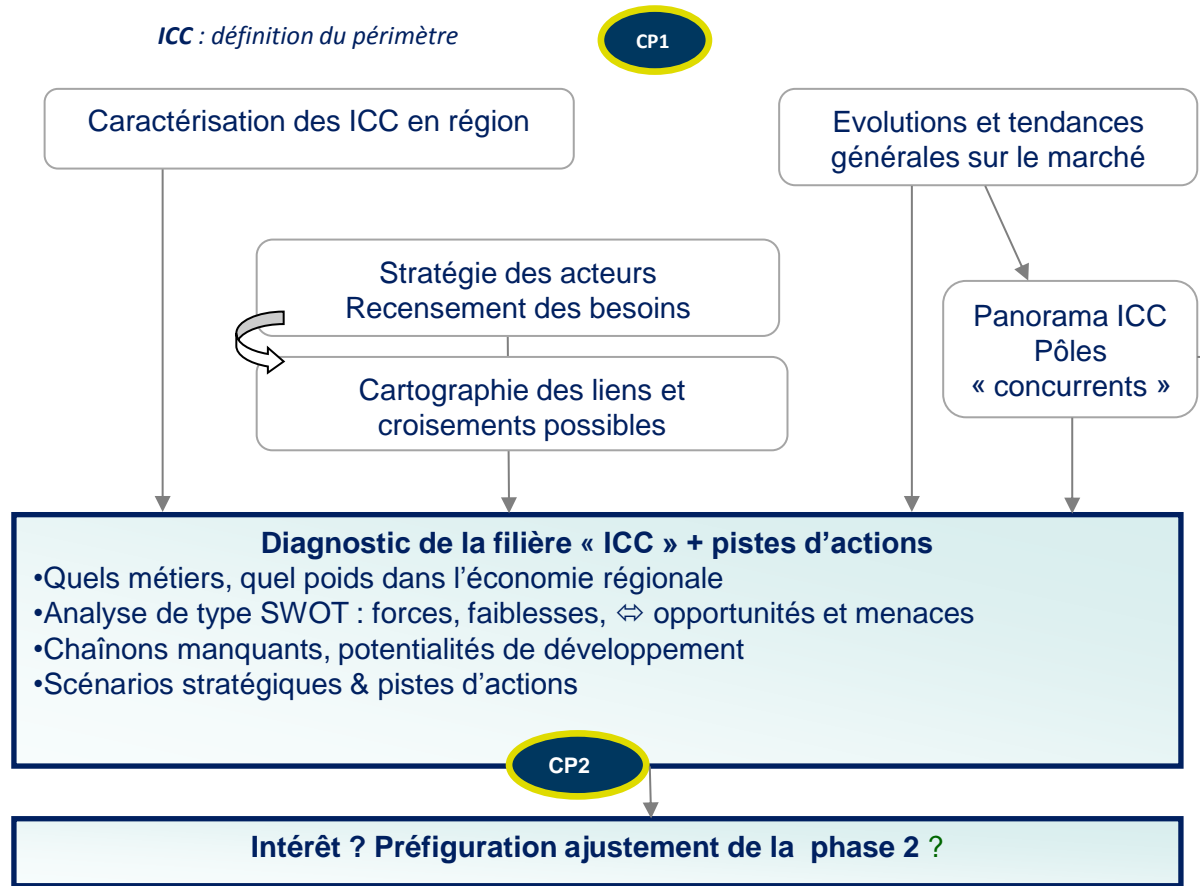
▶ Phase 1 : Diagnostic et opportunités

- ▶ Caractériser la filière des Industries Culturelles et Créatives à la Réunion (cf. détails sur le périmètre de l'étude page 14)
- ▶ Présenter, un panorama des pôles de compétences, réseaux concurrents ou complémentaires de la dynamique de réseau naissante sur les ICC
- ▶ Décrire les grands enjeux pour les entreprises de la filière
- ▶ Mesurer les potentialités de développement de la filière ICC à la Réunion
- ▶ Identifier les premières pistes d'actions notamment au travers des besoins exprimés par les acteurs

▶ Phase 2 : stratégie et plan d'actions

- ▶ Définir la stratégie générale de développement de la filière et les axes stratégiques
- ▶ Construire le plan d'actions au profit de la filière ICC

PHASE 1 :
Diagnostic et opportunités



**Phase 1
moyens mis en œuvre**

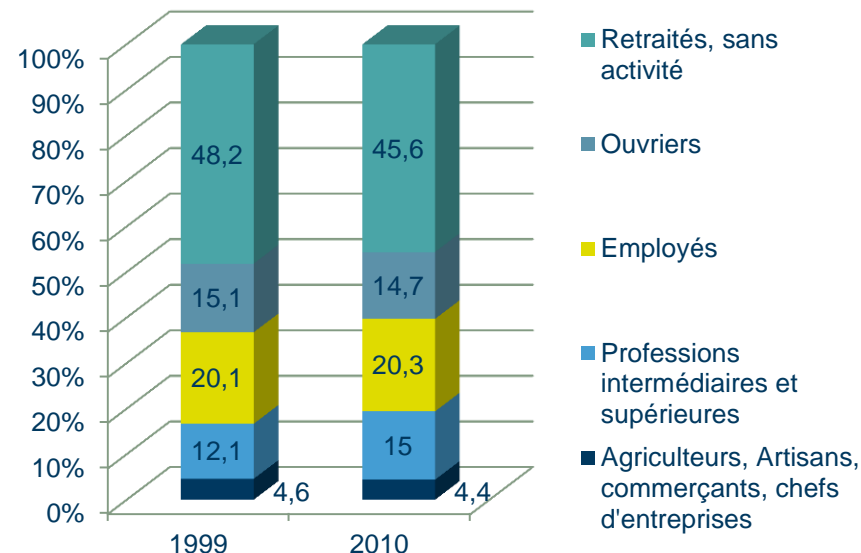
- 46 entretiens réalisés
- Enquête en ligne (taux de retour 13 %, données chiffrées à prendre avec précaution)
- Bibliographie, analyse documentaire
- Retraitement de données
- 3 ateliers de travail transversaux numérique, tourisme, autres pans de l'économie)
- Temps de consultant pour la synthèse, livrable
- CP du 19 septembre, du 17 octobre, du 21 novembre

La Réunion

L'essentiel en une page....

- ▶ **Une situation « unique »**
 - ▶ Insularité, ultra-périphérie : opportunités et contraintes
 - ▶ La proximité des marchés de la Zone Océan Indien
 - ▶ Une faible superficie, une forte densité de population (cf. point suivant)
- ▶ **Les caractéristiques générales du territoire**
 - ▶ 2 504 km² dont 46 % d'espaces naturels protégés
 - ▶ Une population dense: 334,6 hab./km² en 2013
 - ▶ Une concentration de la population dans 5 pôles urbains (St Denis, St Paul, St Louis, St Pierre, St André)
- ▶ **Une démographie plus dynamique qu'en métropole**
 - ▶ 841 000 habitants en 2013 (soit 1,3 % de la population française)
 - ▶ Une augmentation moyenne de la population de 1,2 % par an : 1 million d'habitants estimé en 2030
 - ▶ Un indice de fécondité élevée : 2,36 enfants / femme
 - ▶ Une population jeune (33 % ont moins de 20 ans) mais vieillissante (25 % de plus de 60 ans en 2040)
- ▶ **De fortes disparités dans l'emploi en termes de revenus et de géographie, une situation sociale sous surveillance**
 - ▶ Environ 250 000 emplois et 44 200 établissements
 - ▶ Un taux de pauvreté problématique : 42 % en 2010
 - ▶ Un taux de chômage très élevé : 28,5 % en 2012 (delta faible depuis 2009)
 - ▶ Une concentration des emplois dans le Nord et l'Ouest
 - ▶ 810 entreprises créées pour 100 000 habitants en 2012
- ▶ **Une politique de soutien à l'innovation formalisée dans la spécialisation intelligente**
 - ▶ 3 domaines stratégiques identifiés, n'intégrant pas à proprement parler les industries culturelles et créatives...
 - ▶ Bio-économie tropicale
 - ▶ Eco-tourisme et e-tourisme (e-co-tourisme)
 - ▶ Economie de la connaissance numérique et décarbonée
 - ▶ ... des évolutions à envisager en fonction des opportunités qui seront identifiées ?

Population âgée de 15 ans ou plus par CSP en 2010



Depuis 1999, la structure socioprofessionnelle a peu évolué par grande catégorie, la Réunion a une économie largement tertiaire. 2 faits intra-catégorie sont à relever : une hausse de 4,2 points et de 4 points pour les CSP+ et les retraités respectivement

► Des éléments favorables pour le développement des ICC sur le territoire réunionnais

► Un poids de la filière non négligeable en Région

- Les ICC représentant environ **6 % des établissements régionaux** (contre 9 % pour l'industrie, 5,4 % pour le tourisme et 3,1 % pour les transports) et environ **2,5 % des emplois** (contre 5,5 % pour l'industrie, 3,1 % pour le tourisme et 4,9 % pour les transports)

► Une structuration et une professionnalisation des acteurs actuellement perceptible, impulsées notamment par le soutien des pouvoirs publics

► Un territoire bien doté en équipements culturels, et dynamique sur le plan événementiel

► Des structures d'appuis mobilisables : PRMA, CAUE, établissements de formation...

► Des pratiques artistiques, une fréquentation culturelle notable de la population locale, malgré un climat socio-économique en tension

► Une diversité culturelle du territoire contribuant à la richesse de la créativité réunionnaise

► Plusieurs opportunités à saisir dans le cadre d'une stratégie de soutien à la filière

► L'innovation

- En soutenant les « pépites » du territoire sur des projets spécifiques
- En favorisant la mise en réseau des acteurs

► L'accompagnement des acteurs à l'export

- En capitalisant sur la zone de l'Océan Indien (incluant l'Inde, l'Afrique du Sud, la Chine) en pleine croissance
- En développant les collaborations avec les pays « frontaliers » (Madagascar, Maurice...)

► Le développement / le renforcement des transversalités avec d'autres pans de l'économie réunionnaise, vecteurs de croissance

- Les ICC comme facteur d'attractivité pour le tourisme
- Les ICC au service du développement durable de la ville tropicale
- Les ICC et le numérique : une interrelation fructueuse favorisant la différenciation et le rayonnement des projets

Sources: Tableau Economique de la Réunion 2014 (INSEE), Bilan Economique 2013 (INSEE), Spécialisation intelligente de la Réunion

▶ INTRODUCTION

▶ **1 – ELEMENTS DE CONTEXTE SUR LES INDUSTRIES CULTURELLES ET CREATIVES**

▶ 2 – ETAT DES LIEUX DE LA FILIERE ICC A LA REUNION

▶ 3 – SYNTHESE ET RECOMMANDATIONS (premières pistes)

▶ ANNEXES

▶ 1.1 Périmètre et chiffres clés

► Une définition de l'UNESCO

- Industries ayant pour « objet principal la création, le développement, la production, la reproduction, la promotion, la diffusion ou la commercialisation de biens, de services et activités qui ont un contenu culturel, artistique et/ou patrimonial »

► Des caractéristiques partagées par les acteurs des ICC...

- La production de contenu symbolique
- Le recours à une main-d'œuvre hautement qualifiée
- L'usage avancé des technologies dans la production
- La tendance à l'agglomération en clusters dans les grandes villes
- Parfois, l'appui sur une image de marque liée au lieu de production (ex: le reggae en Jamaïque, la mode parisienne, les chaussures italiennes...)
- Des connexions aux stratégies de développement régional des collectivités publiques (parfois aux stratégies de développement économique)
- Des industries globalisées : les produits culturels s'exportent fortement, le marché des acteurs est mondial...
- Des marchés à tendance monopolistiques et très spécialisés
- La dépendance au droit d'auteur/ droits de la propriété intellectuelle

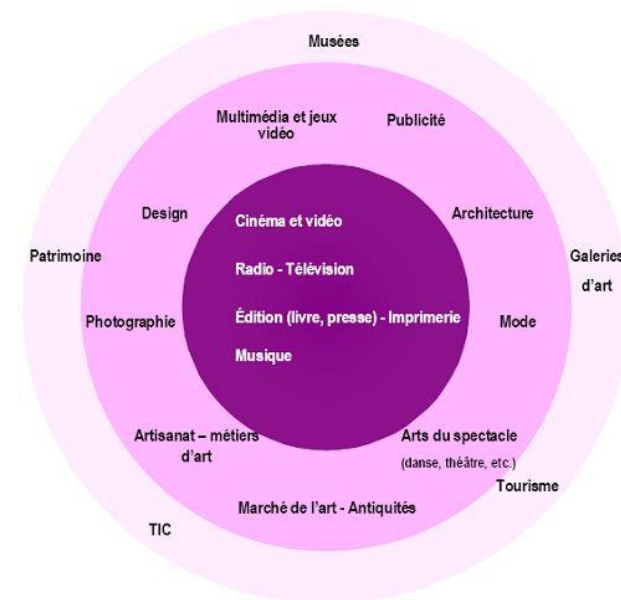
► ...Mais une filière au périmètre mouvant

- Plusieurs approches internationales pour tenter de délimiter les domaines d'activités entrant dans une filière ICC...

- Ex : approche anglaise, incluant 11 secteurs dans le spectre des ICC, approche nordique incluant les secteurs du tourisme, du sport, des loisirs récréatifs et éducatifs, approche de l'IAU Ile de France (voir ci-contre)...

- ...Aucune définition clairement partagée à l'heure actuelle

Secteurs des industries culturelles et des industries créatives :
(Approche de l'IAU Ile de France)



- Industries culturelles (production-édition-diffusion de produits culturels)
- Industries créatives (activités de création relevant de la propriété intellectuelle)
- Activités économiques liées

Sources : Institut de l'Aménagement Urbain (IAU) Ile-de-France, Bibliographie Katalyse

► Au niveau mondial et européen

- Un CA mondial de plus de 2 700 Mds \$ (6 % du PIB mondial) et 3,5 % du commerce mondial total en 2012
- Un CA européen de près de 3.3 % du PIB et environ 7 millions d'emplois directs en 2012

► En France

- Un des pôles d'excellence mondiaux de la France (Rapport Gallois, novembre 2012)
- Un CA de 74,6 Mds € en 2011 (2,8 % du PIB) et 1,2 millions d'emplois (5 % des emplois en France)

Cf. détails de la répartition de la consommation des biens et services culturels en annexe

Les ICC: un pôle d'excellence en France

- **Universal Music Group**: 1^{ère} entreprise de production et d'édition musicale au monde
- **Deezer**: un des leaders mondiaux de l'écoute de musique en streaming
- **Hachette**: 2^{ème} groupe mondial d'édition
- **Ubisoft**: 3^{ème} éditeur mondial de jeux vidéo
- 4^{ème} marché de l'art dans le monde
- 3^{ème} producteur mondial de cinéma, 2^{ème} exportateur
- 2^{ème} répertoire musical le plus diffusé au monde

► Détails des ICC en France en 2011:

	Arts graphiques et plastiques	Musique	Spectacle vivant	Cinéma	TV	Radio	Jeux vidéo	Livre	Presse	Total dédoublonné
CA (M€)	19 814	8 600	8 385	4 384	14 921	1 595	4 991	5 615	10 672	74 618
Effectifs	307 716	280 874	267 713	105 890	176 467	17 450	23 635	79 613	101 933	1 228 255
Subventions/CA	6 %	-	35,5 %	-	16,1 %	38,1 %	-	4,4 %	2,9 %	10,4 %
Commentaires/ contexte	1 ^{er} employeur et plus gros CA	Evolution avec le numérique	Baisse des subventions publiques	Rayonnement à l'international à conforter	2ème plus gros CA	-	Transition vers le jeu connecté	Développement du livre numérique	Secteur en difficulté Défi du numérique	

Source: 1^{er} panorama des ICC, Ernst & Young, Commission Européenne

Soutien aux industries culturelles et créatives

Spécificité et impact sur les stratégies d'appui

1. Eléments de contexte

Des ICC créatrices d'emploi

- Des tendances sociétales favorables : appétences accrues pour les loisirs, le savoir, la culture...
- Les ICC au service des autres secteurs de l'économie : sources d'innovations...
- De nouvelles opportunités avec le secteur du numérique....

Des ICC porteuses d'image

- Un secteur de l'économie visible et compréhensible pour tous les citoyens...
- ...une dimension politique du soutien au ICC
- Des relations avec l'urbanisme (quartier spécifique...)
- Des activités vecteurs d'image et de rayonnement, un élément important du marketing territorial

Un fort intérêt des collectivités, la volonté d'agir

ICC : des caractéristiques propres....

- Une immense majorité de TPE
- Des entreprises ouvertes (technologies, marchés...)
- Des métiers très divers sous le concept ICC
- Des activités sous différents statuts (entreprises, secteur public, ESS)
- La question récurrente du modèle économique
- Un secteur tiré en partie par la commande publique

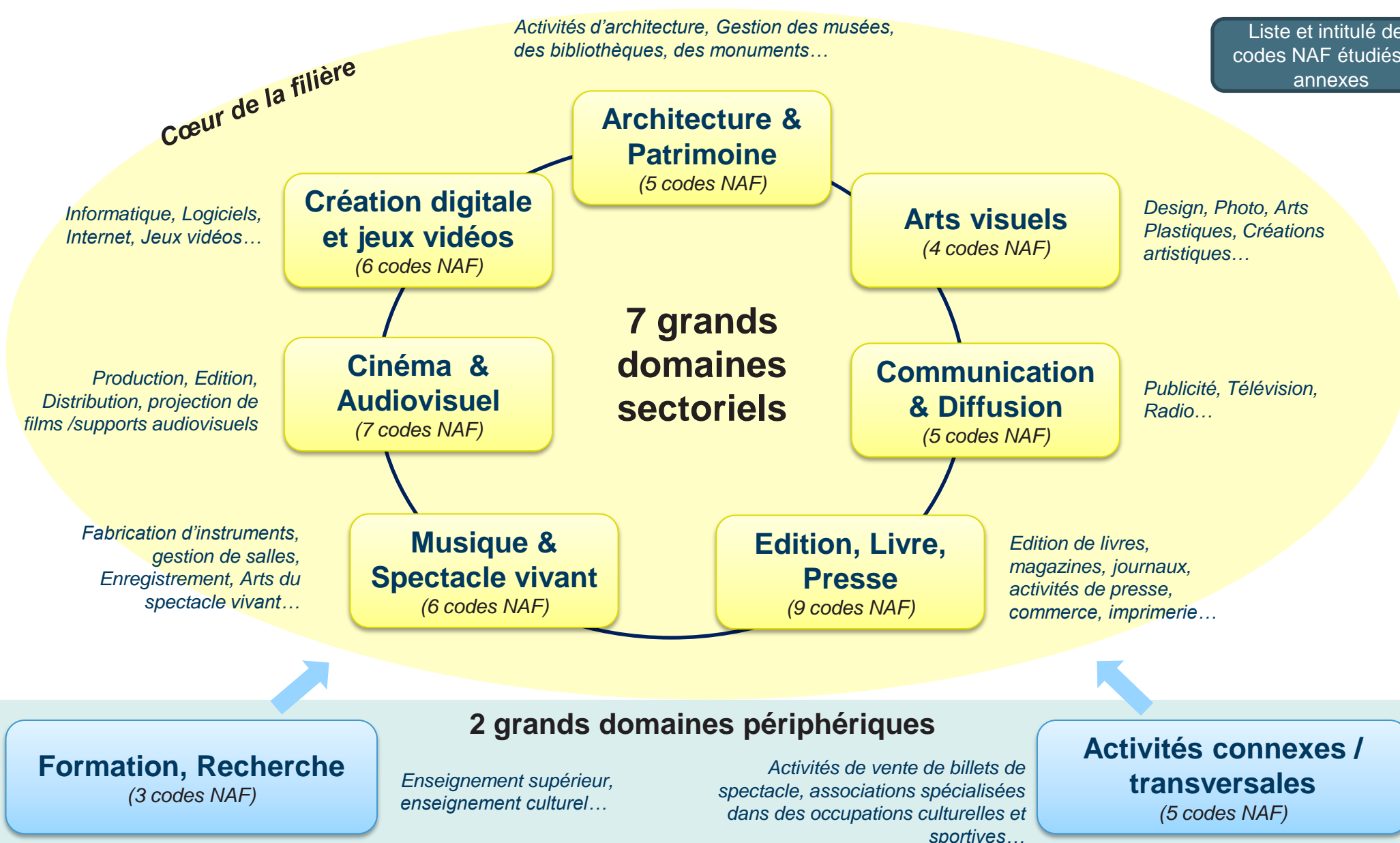
Des modalités de soutien à inventer

- La méconnaissance des aides et soutiens disponibles, le besoin d'interfaces, médiateurs éclairés
- Des dispositifs financiers pas toujours adaptés
- Des agents de développement économique peu familiers du secteur....

Des plans d'actions « filières » délicats à mener mais challengeant

- Une difficulté première de quantification et qualification du potentiel, des forces en présence
- La nécessité d'interconnecter les opérateurs : ICC ⇔ ICC et ICC ⇔ autres pans de l'économie
- Le défi de la mise en réseau des acteurs, la création de clusters
- L'imbrication et mise en synergie des politiques : **économie.....**, culture, urbanisme, animation
- Un investissement important et dans la durée de la collectivité

Liste et intitulé des codes NAF étudiés en annexes



▶ 1.2 Benchmark et concurrence territoriale

- ▶ **Un intérêt croissant des territoires pour les Industries Culturelles et Créatives**
 - ▶ Les ICC vecteurs d'image
 - ▶ Les ICC sources d'emplois

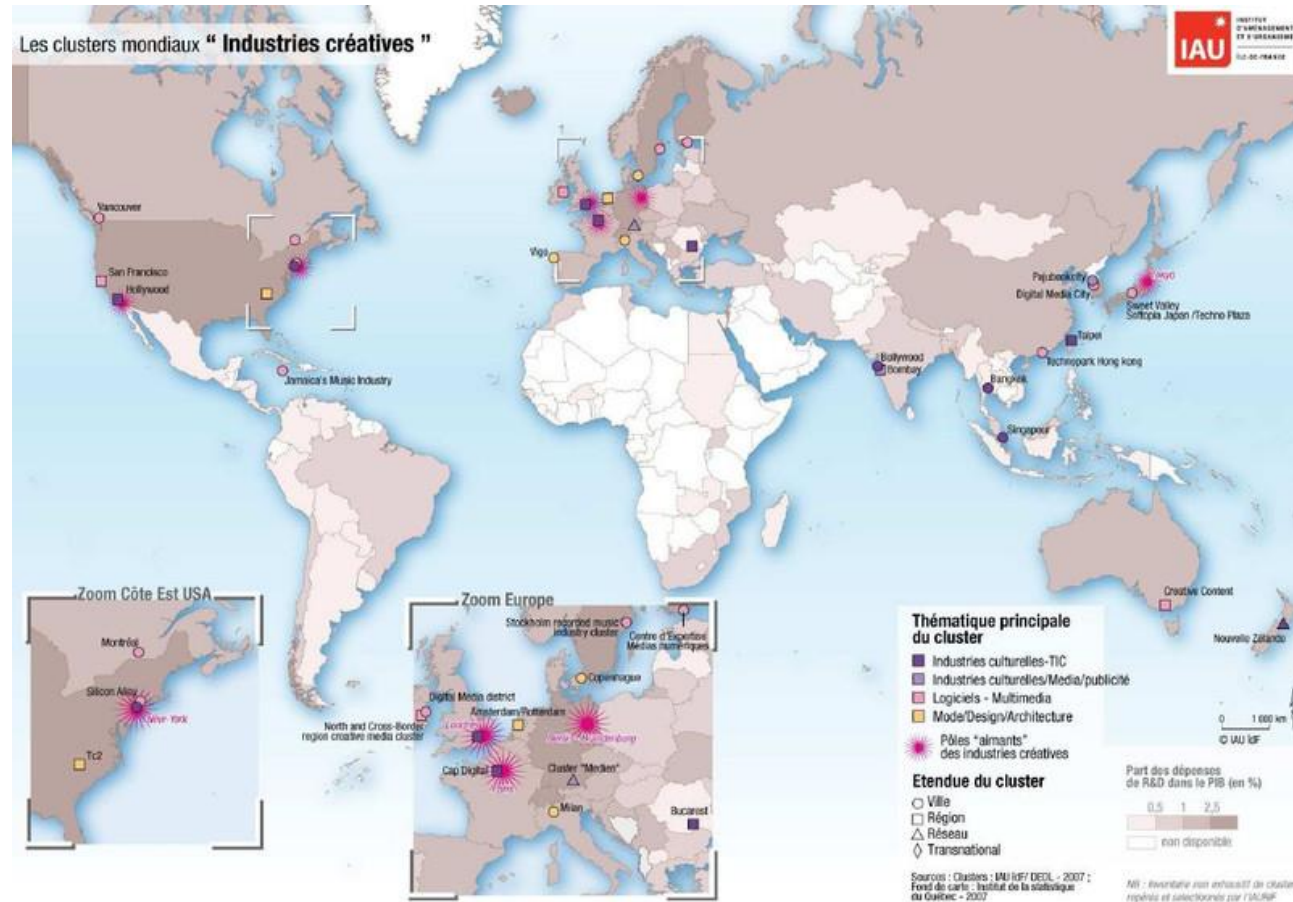
- ▶ **Des pôles structurés, établis ou émergents**
 - ▶ A l'échelle mondiale → **CARTOGRAPHIE page 17**
 - ▶ A l'échelle européenne → **CARTOGRAPHIE page 18**
 - ▶ En France → **CARTOGRAPHIE page 19**

- ▶ **Des dynamiques perceptibles sur l'ensemble du territoire français...**
 - ▶ **Une thématique appropriée par les grandes métropoles**
 - ▶ Paris, Lyon / Villeurbanne, Nantes, Toulouse, Marseille, Bordeaux
 - ▶ **Des velléités sur les agglomérations de taille moyenne**
 - ▶ Rennes, Saint-Etienne, Niort, Angoulême...
 - ▶ **Des territoires d'Outre-Mer œuvrant également au développement des ICC**
 - ▶ Ex : Cas de la Guadeloupe , ayant intégré les ICC à la Smart Specialisation régionale (S3)
 - ▶ La Réunion...

Les clusters mondiaux dans le secteur des ICC

1. Eléments de contexte

- ▶ La prédominance des pôles définis à l'échelle métropolitaine
 - ▶ L'importance de l'ancrage territorial et du travail en réseau pour les entreprises ICC
- ▶ Des clusters très concentrés à l'échelle mondiale, une poignée de pôles « aimants » au rayonnement transversal et international
 - ▶ Los Angeles / Hollywood, New-York, Londres, Paris, et Tokyo
- ▶ Le développement plus récent de pôles satellites, s'intégrant aux réseaux des pôles « aimants »
 - ▶ Ex : l'émergence de pôles ICC à Toronto et Vancouver, stimulé par une délocalisation partielle des activités sur Hollywood
- ▶ La prédominance de pôles spécialisés dans un champs restreint d'ICC
 - ▶ Ex : Bollywood, Hong-Kong, pour le cinéma
 - ▶ Ex : Montréal, pour les Jeux-Vidéos



Source: Expertise Katalyse, IAU Ile de France

Les clusters européens dans le secteur des ICC

1. Eléments de contexte

▶ Deux grands clusters européens dans le domaine des ICC : Londres et Paris

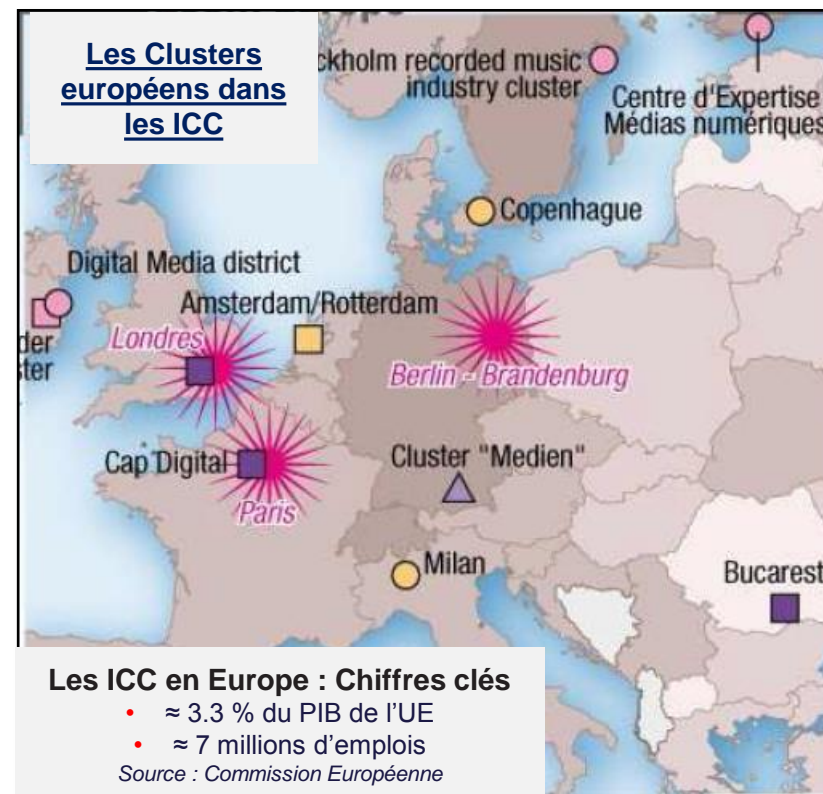
- ▶ Des métropoles concentrant la majorité des activités créatives dans leurs pays respectifs et se positionnant comme les principaux viviers d'emploi de la filière à l'échelle européenne
- ▶ Des métropoles s'appuyant sur des réseaux structurés
 - ▶ Ex. Paris: le pôle de compétitivité Cap Digital, Pôle Média Grand Paris, Systematic, Cluster Paris Mix...
 - ▶ Ex. Londres : le pôle du film et de la vidéo dans le quartier de Soho
- ▶ Un rayonnement international reconnu dans le domaine des ICC
 - ▶ Ex : Londres, un des principaux pôles mondiaux dans le domaine de la production musicale

▶ D'autres agglomérations tirant leur épingle du jeu en se structurant dans des domaines clés

- ▶ Milan, dans le domaine de la publicité, de la mode et du design
- ▶ Munich et le cluster « Media »
- ▶ Amsterdam, dans les activités artistiques et littéraires
- ▶ ...

▶ Quelques tendances perceptibles dans les actions publiques pour soutenir la filière :

- ▶ La création d'infrastructures spécifiques, voire la réhabilitation de quartiers urbains pour favoriser le développement des clusters ICC
 - ▶ Ex : Nantes, et le quartier de la création (cf diapos suivantes) , Barcelone et le projet 22 @Bcn dans le quartier de Poblenou
- ▶ Le rattachement fréquent des ICC aux stratégies de développement touristiques et aux plans de marketing territoriaux
 - ▶ Ex : programme « Munich, City of knowledge »
- ▶ Un périmètre des ICC variant selon la culture des pays, voire des spécificités locales
 - ▶ Ex : Le Grand Lyon intégrant la Gastronomie dans le périmètre de la filière
- ▶ Globalement, un engouement de la plupart des métropoles européennes pour soutenir la filière



A noter : Une structuration des acteurs en cours à l'échelle européenne à travers le **réseau ECIA** (European Creative Industries Alliance) : plateforme de mise en commun d'expertises et de ressources, regroupant **28 partenaires** dans **12 pays**

Sources: Expertise Katalyse, IAU Ile de France, European Cluster Observatory

Cartographie des dynamiques ICC repérées en France Métropolitaine (non exhaustif)

1. Eléments de contexte

LE POLE – Saint Ouen

- Orientation: image
- Date de création : 2011
- 90 structures impliquées

Pôle Numérique et Culturel – Lens

- Orientation: « le numérique au service du culturel »
- Date de création : Juin 2013, pôle en cours de structuration

Pôle PIXEL - Villeurbanne

- Orientation: image et son
- Date de création : 2009
- Nombre d'entreprises impliquées : 60

Le Quartier de la création - Nantes

- Orientation: communication, design, arts de la scène, architecture, arts visuels etc.
- Date de création : 2008/2011
- Nombre d'entreprises impliquées : 100

Imaginove - Lyon

- Orientation: loisirs numériques
- Date de création : 2005
- Nombre d'entreprises impliquées : 200

La MECA (en prévision) - Bordeaux

- Pôle régional de la culture et de l'économie créative : **Espace d'accueil** du FRAC et des agences culturelles régionales + salle de diffusion (12 000 m²)
- Ouverture prévue en mars 2015

Pôle Design – Saint Etienne

- Orientation: Design - création
- Date de création : 2002
- Nombre d'entreprises impliquées : NC

Magelis - Angoulême

- Orientation: BD, animation, tournage et jeux vidéo
- Date de création : 1997
- Nombre d'entreprises impliquées : 90 + 7 écoles
- Cluster 16000 Images

Masphere - Toulouse

- Orientation: musiques actuelles
- Date de création : 2012
- Nombre structures impliquées : 14

Benchmark choisi pour l'étude:
- Quartier de la création – Nantes
Des premiers éléments sur La Guadeloupe

► Présentation générale : Cluster Quartier de la création

► Genèse : la volonté de développer, structurer, organiser les industries créatives sur l'agglomération nantaise

- Plusieurs études conduites sur les ICC par Nantes Métropole
- Un projet européen ayant permis de financer des moyens d'animation à partir de 2008
- Fort investissement, animation et appui logistique de Nantes Métropole
- Intégration dans un projet Interreg Européen « ECCE »

► 5 domaines d'intervention

- Aménagement urbain et immobilier
- Animation et valorisation économique
- Enseignement supérieur et recherche
- Médiation culturelle, scientifique et technique
- Promotion et action internationale

► Une acception large des industries créatives (cf. page suivante)

► Périmètre géographique d'intervention

- Agglomération de Nantes
- Un quartier en particulier concentre les acteurs et outils au service de la filière

► Gouvernance : Cluster = un département à part entière au sein de la SEM

► Stratégie et actions menées

► Une palette d'actions cohérentes au service du développement de la filière sur le territoire

- Des événementiels autour de la thématique
- Des réunions, ateliers de travail avec les entreprises
- De l'accompagnement pointu de porteurs de projets : référencement de prestataires spécialisés
- Une gamme de services proposée aux entreprises de la filière

► Le lien avec les infrastructures d'accueil dédiées aux ICC

- Une dizaine de sites pour l'implantation de porteurs de projets et entreprises
- Près de 80 locataires aujourd'hui

Quartier de la création : « Outil d'aménagement et de développement économique visant à créer les conditions du foisonnement créatif du territoire »

Eléments / chiffres clés « cluster »

- Date de création : 2011
- Portage par une SEM, la SAMOA
- Nombre d'entreprises impliquées : 100 ^{aine}
- Moyens d'animation (ETP) : 10 ^{aine} de personnes
- Budget du cluster : entre 500 et 600 k€

Une passerelle entre ICC et Tourisme : le « Voyage à Nantes »

- **Date de création** : 2012 (3^e édition)
- **Concept** : parcours touristique estival invitant à découvrir la ville en plusieurs étapes parsemées d'œuvres artistiques et patrimoniales, durables ou éphémères
- **Un succès grandissant, un rayonnement national → chiffres clés 2014 :**
 - ✓ 42 étapes, 2 millions de visites cumulées sur les sites (+ 40 % de visites p.r. à 2013)
 - ✓ 24 acteurs culturels impliqués, 32 nouveaux artistes

► Aménagement urbain, structuration de filière économique, cluster d'entreprises : 3 fonctions indissociables

Quartier de la création de Nantes : un portage et financement exemplaire

► Le confort du portage par la SEM de ce cluster émergent

► Une unité d'action

- Sensibilisation, accompagnement, immobilier d'entreprises, marketing territorial
- Une convention passée entre Nantes Métropole et la SAMOA définissant précisément les objectifs et moyens d'actions pour le cluster

► Un développement plus serein, sans pression à très court terme d'autofinancement pour le cluster

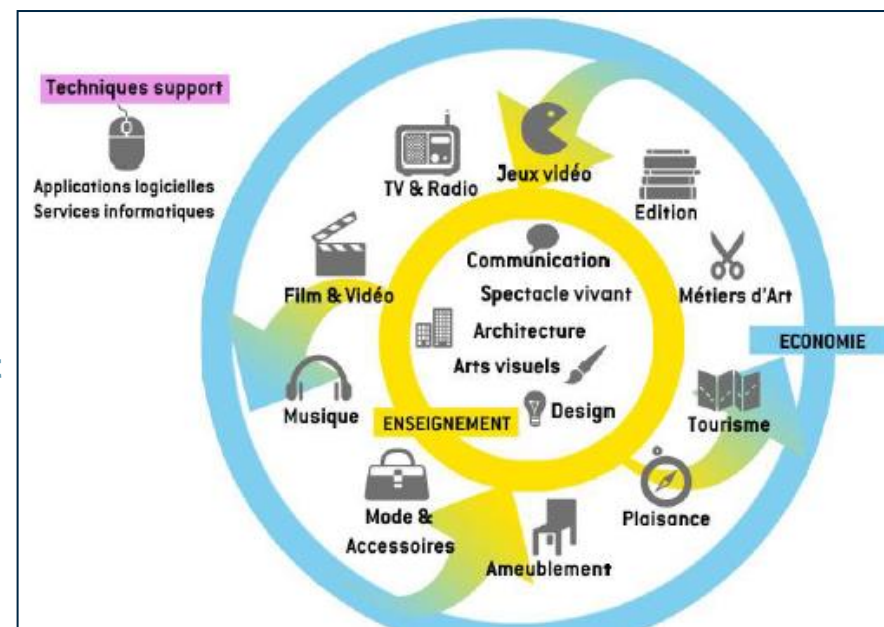
- Des moyens conséquents pour dynamiser la filière
- Un investissement pour la SEM....qui porte l'immobilier : le bon fonctionnement du cluster lui assure en quelque sorte ses revenus futurs

► Une filière dominée par les TPE/PME avec généralement de faibles moyens d'investissement dans les clusters

- La nécessité d'amorcer la pompe sur les premières années
- Apporter des services, démontrer l'intérêt du concept avant de rechercher des sources de financement privées plus importantes

► Une phase transitoire, la préfiguration d'un réseau d'entreprises structuré et autonome

- Des réflexions pour impliquer les entreprises plus directement dans le financement et la gouvernance du cluster
- Des évolutions stratégiques à prévoir
 - Définition de sous-ensembles cohérents d'activités au sein du vaste périmètre des industries créatives ?
 - Elargissement du périmètre géographique ?



Quartier de la création de Nantes : zoom sur le triptyque Immobilier / Animation / Conseil

► Des infrastructures d'accueil assez exceptionnelles, concentrées sur l'île de Nantes

- Une gamme complète d'immobilier
 - Incubation => Immobilier standard
 - Bureaux, plateformes créatives, ateliers d'artistes
- Plus de 16 000 m², une 12^{aine} de sites
- L'opportunité de reconversion ALSTOM
- Arrivée des nouvelles écoles



► Une politique d'animation et d'événement dense

- « Les ateliers du Quartier de la Création »
- « Apéri Pitch »
- « Coup d'Pousse »
- « Journées du Cluster »
- « Expos Showroom »
- « Cycle de conférences »



Chiffres clés 2013
• 6 formats
• 50 dates
• + 1500 participants

► Un soutien appuyé aux porteurs de projets

- Une 40^{aine} de projets accompagnés par an (chiffre 2014)
- Tous secteurs des ICC
- Tous stades de développement
 - Emergence : 18 %
 - Amorçage : 14 %
 - Création : 24 %
 - Développement : 44 %
- Large palette d'expertises



La vitesse supérieure en 2014 avec l'opération « Pépites »
• Accompagnement renforcé de 8 projets
• Durée d'accompagnement 8 mois
• Journée de formation-action + coaching de porteurs de projets
• Appui sur des cabinets conseils
• Sélection des lauréats sur appels à projet => Relai presse

La mise en place d'un observatoire des ICC sur Nantes Saint-Nazaire
Plusieurs mois de travail, un portage par les deux agences d'urbanisme
(AURAN et CCRN)

► Des enjeux importants sur les mois à venir

► Poursuivre un double objectif

- Le développement des ICC sur le territoire
- Le renforcement de la compétitivité des autres pans de économies : croisement ICC ⇔ Services et Industries traditionnelles

► Concrétiser la coopération entre les acteurs, développer des projets communs

► Fédérer les initiatives nombreuses (sous-domaines des industries créatives)

► Transformer l'essai, générer de nouveaux emplois sur le territoire

► Rentabiliser l'investissement public

► Retour d'expérience pour La Réunion

► La difficulté de trouver un vrai dénominateur commun entre les ICC

► La nécessité d'un fort investissement dans la durée des collectivités

- Matériel : aides financières, immobiliers d'entreprises
- Immatériel : conseil

► La lenteur de maturation des projets

► Le travail en réseau avec les autres acteurs du développement économique et de l'innovation sur le territoire

- Exemple convention avec Atlanpole

► L'échelon régional : une voie de plus en plus évidente

- La volonté de la Région de confier au Quartier de la création (confidentiel) un rôle d'animation des "pôles" ICC sur le territoire régional :

- ◆ "Créapolis" au Mans (Association de portage + pépinière spécialisée)
- ◆ "Ancre" sur Angers
- ◆ + Dynamique naissante sur Saint-Nazaire

L'organisation future autour de 5 DAS

- Lieux de vie
- Mobilité (Smart City)
- Transmédia
- Economie culturelle
- Santé, bien être, mieux vivre

Benchmark territorial :

L'exemple de la Guadeloupe (premiers éléments) (1/2)

▶ Un territoire aux caractéristiques propres, offrant un terreau particulier pour le développement des ICC

- ▶ Un éloignement géographique de la métropole
- ▶ Une forte identité, volonté de préserver le patrimoine culturel
- ▶ L'importance du tourisme dans l'économie



Des caractéristiques partagées par le territoire de la Réunion

▶ Un fait notable : une smart spécialisation ayant intégré les ICC

- ▶ La « Promotion des Industries Créatives », l'un des 3 domaines d'activités stratégiques définis par la région...
 - ▶ ... malgré les doutes émis par la Commission Européenne
- ▶ L'ambition de faire émerger une image forte du territoire et de promouvoir le potentiel économique des industries créatives...
 - ▶ ... Comme effet levier en termes d'innovation pour les autres secteurs
 - ▶ ... Mais également comme une filière à part entière, avec un axe fort de développement à l'international
- ▶ Une définition large des ICC (intégrant notamment le tourisme), un périmètre encore mal connu (caractérisation en cours) mais 3 piliers majeurs identifiés lors de l'élaboration de la S3 :
 - ▶ Le **design**, tant dans les produits que dans la plus-value pour l'entreprise
 - ▶ La **mode** : évènement phare « Créole Fashion Week », des créations d'accessoires (bijoux, maroquinerie...) à base de matériaux nobles, un savoir-faire original
 - ▶ La **création cinématographique et audiovisuelle**, qui bénéficie d'une visibilité de plus en plus importante (ex. série « Death in Paradise » reconnue dans les pays anglophones, travail de structuration via le bureau des tournages...)
- ▶ D'autres atouts à probablement valoriser une fois la caractérisation réalisée
 - ▶ Les arts culinaires
 - ▶ Le patrimoine culturel
 - ▶ La danse (réelle compétence avec l'école de danse et de chorégraphie internationale, la mise en place d'un conservatoire...)
 - ▶ ...

Benchmark territorial :

L'exemple de la Guadeloupe (premiers éléments) (2/2)

► Premières démarches engagées

- Une première action collective pour favoriser la professionnalisation du secteur (objectif de maintien de l'emploi)
- L'identification de projets structurants (domaines de l'artisanat d'art et de la filière cuir) et ambitieux :
 - Une logique de création d'emplois pour certains
 - Une logique de démonstration des savoir-faire des ICC en Guadeloupe, porteur d'image
- L'animation de la filière par un chargé de mission de la Technopole en appui avec des bénévoles de la filière
 - Mobilisation des acteurs, échanges, identification des synergies

► Des moyens de soutien qui restent à créer

- Bien que les ICC soient intégrées à la S3, les financements FEDER seront probablement peu mobilisables...
- ... d'où la capitalisation sur les fonds européens comme leviers pour aller chercher d'autres ressources
 - Europe Créative
 - Dispositifs nationaux (PIA, investissements d'avenir, ANR...)
- Des premières démarches se déclinant sous forme d'actions collectives

► Des enjeux communs avec la région Réunion

- Un lien fort avec le tourisme : des activités créatives permettant de stimuler l'attractivité pour la Guadeloupe
 - La nécessité d'optimiser les retombées
 - La valorisation des savoir-faire distinctifs sur la Guadeloupe auprès des touristes : produits à forte valeur ajoutée (ex. bijoux en matière précieuse) permettant de relancer une production locale tout en maîtrisant la ressource
- Un positionnement international indispensable
 - Un marché local trop étroit
 - Une plus grande facilité à trouver des synergies pour la conquête de marchés extérieurs (alors qu'en local, les acteurs se trouvent plutôt en situation de concurrence)

▶ INTRODUCTION

▶ 1 – ELEMENTS DE CONTEXTE SUR LES INDUSTRIES CULTURELLES ET CREATIVES

▶ **2 – ETAT DES LIEUX DE LA FILIERE ICC A LA REUNION**

▶ 3 – SYNTHESE ET RECOMMANDATIONS (premières pistes)

▶ ANNEXES

▶ 2.1 Acteurs en présence et poids économique des ICC

Les " ICC" à la Réunion :

Commentaires sur la méthodologie

▶ 3 clés d'entrée pour caractériser les Industries Culturelles et Créatives à la Réunion :

- ▶ Une représentation des activités en fonction de leur degré plus ou moins éloigné du cœur de cible des ICC (cf. page 31)
- ▶ Une mise en perspective du poids économique des ICC à la Réunion (emplois, établissements et répartition géographique), de leurs évolutions depuis 2009 (cf. page 32) et une première estimation des retombées économiques générés (cf. page 30)
- ▶ Une représentation via la chaîne de valeur permettant d'illustrer les relations entre acteurs
 - ▶ Nous avons pris le parti de définir une chaîne de valeur relativement simple, permettant de mettre l'accent avant tout sur les relations entre les acteurs

▶ L'exploitation et la mise en cohérence de différentes sources de données :

- ▶ INSEE : statistiques BEYOND concernant les établissements (retraitement INSEE du fichier SIRENE incluant les associations), indicateurs de redressement pour estimer les emplois
- ▶ L'enquête en ligne : un taux de retour de 13,2 %
- ▶ Les entretiens et compléments d'informations quantitatives reçues
- ▶ Les différentes études transmises par le Comité de Pilotage, mise en cohérence avec les données existantes



Les ICC à la Réunion – caractéristiques des domaines d'activités

Chiffres 2013

2. Etat des lieux

Cœur de la filière

- 350 Etablissements
- 985 Emplois
- Des savoir-faire distinctifs dans le bâti durable dans un contexte tropical*

Architecture & Patrimoine
(5 codes NAF)

- 407 Etablissements
- 278 Emplois
- Des spécificités dans le domaine du street art*

Arts visuels
(4 codes NAF)

- 474 Etablissements
- 1 297 Emplois
- Un des domaines les plus en lien avec les autres pans de l'économie*

Communication & Diffusion
(5 codes NAF)

- 377 Etablissements
- 1 239 Emplois
- Une spécificité dans la BD et le Livre Jeunesse*

Edition, Livre, Presse
(9 codes NAF)

≈ 2 800 Etablissements
≈ 6 000 Emplois (salariés)

Création digitale et jeux vidéos
(6 codes NAF)

Cinéma & Audiovisuel
(7 codes NAF)

Musique & Spectacle vivant
(6 codes NAF)

- 240 Etablissements
- 387 Emplois
- Un vrai savoir-faire différenciant dans le domaine de la musique*

- 204 Etablissements
- 248 Emplois
- Une dominante dans le service informatique, quelques start-ups innovantes, des acteurs du jeux vidéos dans le serious game*

- 182 Etablissements
- 175 Emplois
- Des acteurs polyvalents travaillant majoritairement pour le secteur de la publicité*

Formation, Recherche
(3 codes NAF)

- 144 Etablissements
- 807 Emplois
- Des formations reconnues dans le domaine de l'architecture, l'audiovisuel, la communication*

- 443 Etablissements
- 626 Emplois

Activités connexes / transversales
(5 codes NAF)

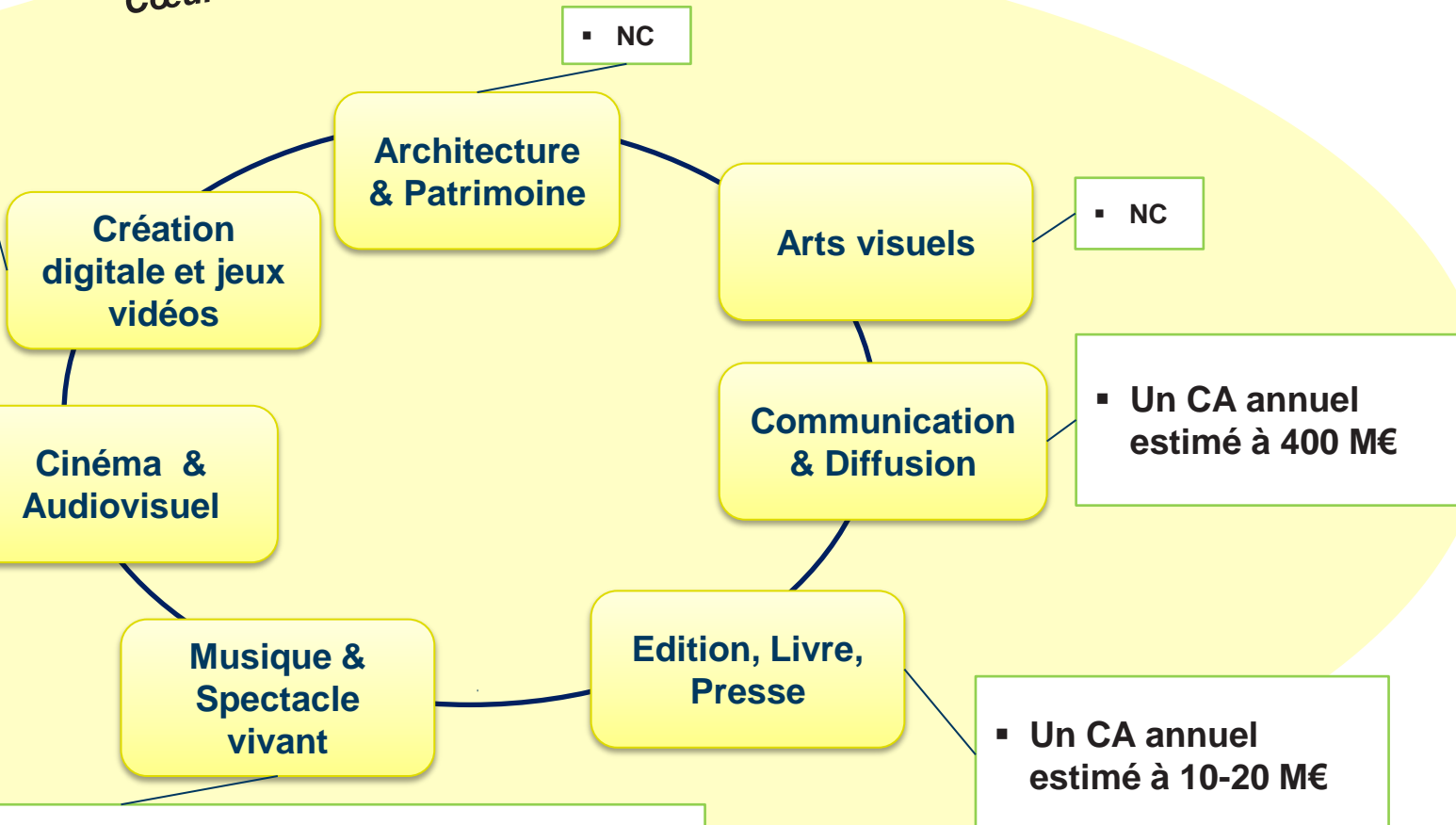
Sources : données INSEE 2013 (BEYOND)-retraitement Katalyse,

Cœur de la filière

- Un CA annuel de la filière numérique estimé à 1,3 Mds €
→ quelle part pour les activités incluses dans les ICC ?

- Une première estimation à venir dans le cadre de la réalisation du livre Blanc sur la filière

- Un reversement de la SACEM des droits d'auteurs en local représentant 2,4 M€ et concernant 1 250 artistes (2/3 des artistes touchant des droits d'auteurs contre 1/3 en moyenne en métropole)
- 17 M€ de budget cumulé pour les lieux du spectacle vivant

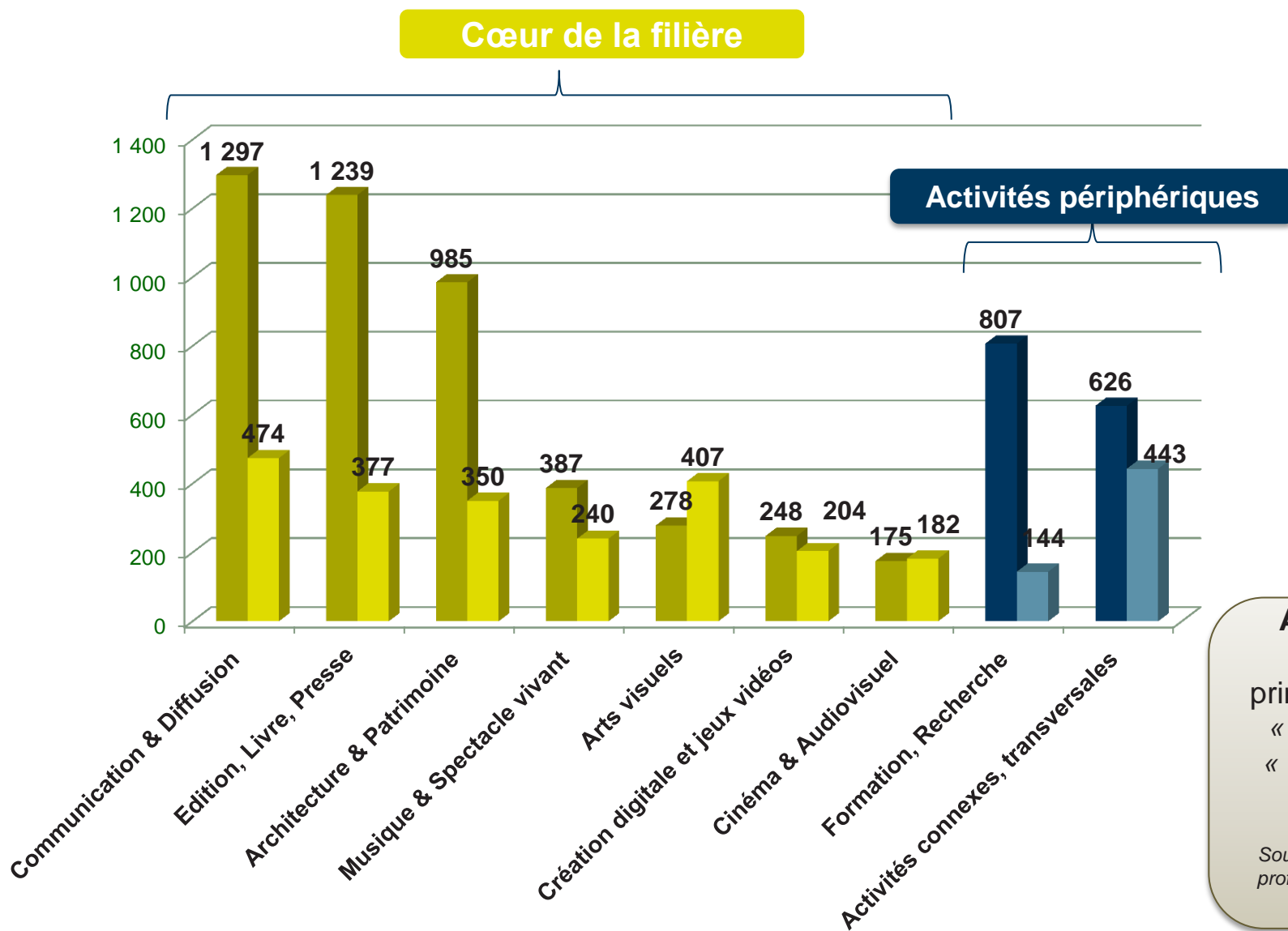


Sources : IPSOS, Etude SOFRED, Etude Synthèse, Entretiens Katalyse, Recherches bibliographiques

Les ICC à la Réunion

Poids de chaque domaine dans la filière ICC à la Réunion en 2013

2. Etat des lieux



Rappel :
 ≈ 2 800 Etablissements
 ≈ 6 000 Emplois (salariés)

- Poids dans l'emploi des ICC à la Réunion
- Poids dans les établissements ICC à la Réunion

A noter : ≈ 700 intermittents
 (pour 140 employeurs)
 principalement dans les domaines
 « *Communication & Diffusion* »,
 « *Musique & Spectacle Vivant* »,
 « *Cinéma & Audiovisuel* »

Source : Pole Emploi - 1^{er} trimestre 2014 - Secteurs professionnels et hors secteurs professionnels – La Réunion & Mayotte

Sources : données INSEE 2013 (BEYOND)-retraitement Katalyse,

► Une progression régulière des ICC à la Réunion depuis 2009

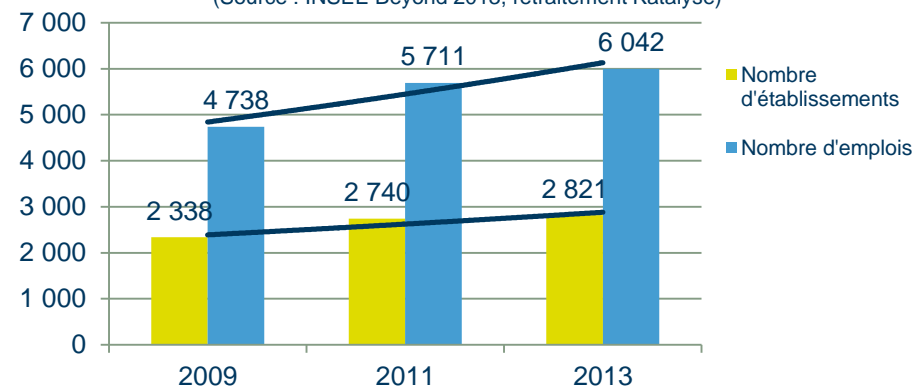
- ▶ 2 821 établissements représentant 6 042 emplois en 2013
 - ▶ Une augmentation progressive de l'emploi (+ 27 % entre 2009 et 2013)
- ▶ Une forte hausse du nombre d'établissements entre 2009 et 2011 puis hausse modérée jusque 2013
 - ▶ Les plus fortes progressions étant constatées dans les domaines du Cinéma & Audiovisuel (+ 42 % en 4 ans) et les Arts Visuels (+ 40 %)
- ▶ Une tendance à la professionnalisation des emplois observée dans les ICC
 - ▶ Ex: de plus en plus d'acteurs obtenant un statut reconnu (salarié, intermittent)

► La présence de pôles majeurs sur le territoire

- ▶ St-Denis, St-Paul et St-Pierre représentent à eux-seuls plus de 50 % des établissements des ICC
- ▶ Une polarisation des établissements au nord-ouest et au sud de l'île correspondant à la présence de lieux du spectacle sur le territoire
 - ▶ Mais également à la répartition des bassins de population et d'emplois sur la région
- ▶ Un constat : la quasi-absence d'offre culturelle dans l'Est et les Hauts
 - ▶ Un enjeu fort d'aménagement du territoire et d'accessibilité aux activités créatives

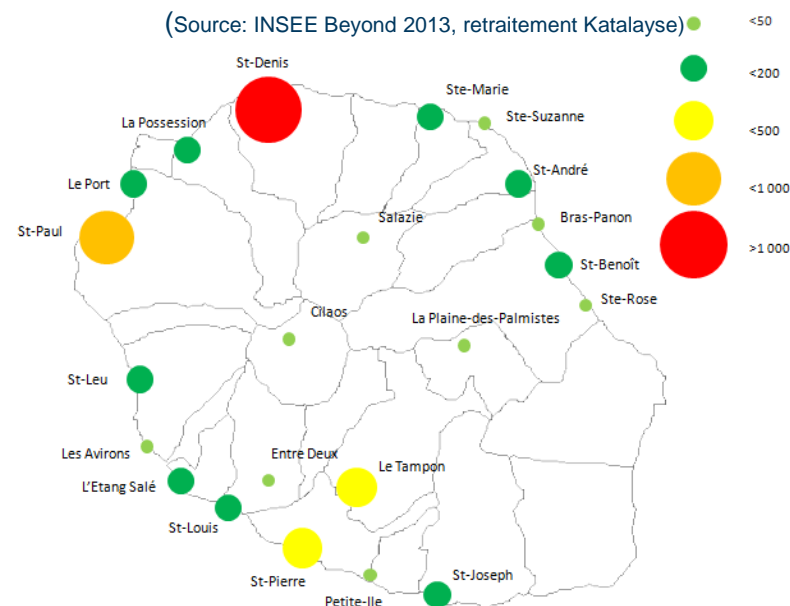
Evolution des emplois et établissements des ICC à la Réunion entre 2009 et 2013

(Source : INSEE Beyond 2013, retraitement Katalyse)



Répartition géographique des établissements des ICC à la Réunion en 2013 – en nombre d'établissements

(Source: INSEE Beyond 2013, retraitement Katalyse)



Sources : données INSEE Beyond 2013 – retraitement Katalyse, entretiens Katalyse

Les ICC à la Réunion

Chiffres clés et poids économique

- ▶ Les ICC à la Réunion : environ 2,5 % des emplois et 6 % des établissements de la région

Domaines des ICC à la Réunion	Emplois			Etablissements (source BEYOND)	
	Salariés		intermittents	Nbre (2013)	Evolution 2011 / 2013
	Nbre (2013)	Evolution 2011 / 2013	Nbre (2014, Réunion + Mayotte)	Nbre (2013)	Evolution 2011 / 2013
Communication & Diffusion	1 297	12,5 %		474	2,8 %
Edition, Livre, Presse	1 239	8,8 %		377	7,4 %
Architecture & Patrimoine	985	1,5 %		350	2,3 %
Musique & Spectacle vivant	387	- 1,5 %		240	- 1,6 %
Arts visuels	278	- 0,6 %		407	- 3,3 %
Création digitale et jeux vidéos	248	- 3,1 %		204	- 0,5 %
Cinéma & Audiovisuel	175	5,2 %		182	5,2 %
Total cœur de la filière ICC	4 609	5,8 %	700	2 234	1,7 %
Formation, Recherche	807	- 2,9 %		144	- 2,7 %
Activités connexes, transversales	626	15,3 %		443	11,9 %
Total ICC	6 042	5,5 %	700	2 821	2,9 %

En vert : domaines auxquels sont rattachés les emplois intermittents

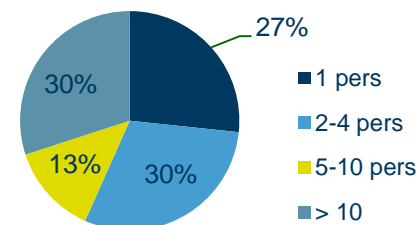
- ▶ Une prédominance de structures entrepreneuriales :

(sources : enquête en ligne, données CCI)

- ▶ De 60 à 80 % de sociétés
- ▶ Environ 10 % d'auto-entrepreneurs
- ▶ De 10 à 30 % de structures associatives

- ▶ Un secteur composé majoritairement de TPE

(source : enquête en ligne)

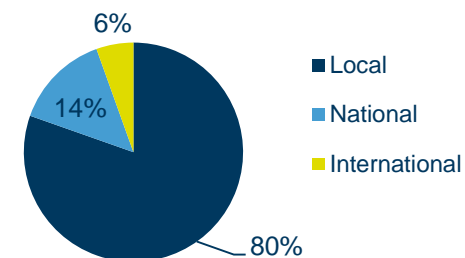


Taille des établissements des ICC à la Réunion – nombre de personnes
(Source: enquête en ligne)

- ▶ Un faible rayonnement au-delà du territoire réunionnais

- ▶ Un rayonnement international limité à la zone OI (source : enquête en ligne)

Rayonnement des établissements des ICC à la Réunion – en % du chiffre d'affaires
(Source: enquête en ligne)

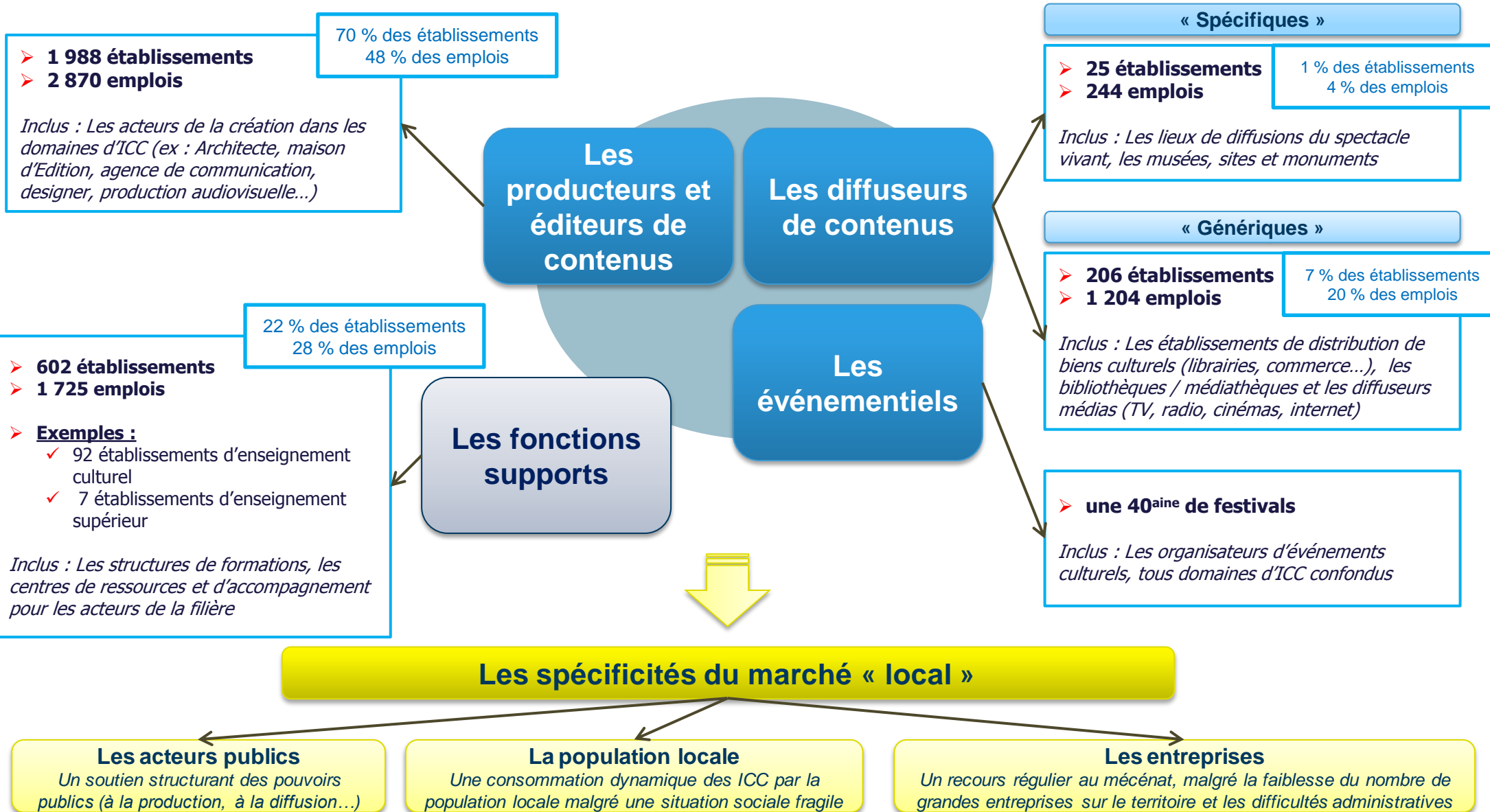


Sources : données INSEE (BEYOND), Pôle Emploi-retraitement Katalyse, entretiens Katalyse, enquête en ligne

Chaîne de valeur de la filière des ICC à la Réunion

Présentation des grandes catégories d'acteurs

2. Etat des lieux



Sources : INSEE Beyond-retraitement Katalyse, Entretiens Katalyse

Les producteurs de « contenus »

- **Chiffres clés: 1 988 établissements 2 870 emplois**
 - Essentiellement des sociétés
 - Poids important de l'édition / presse, de la communication / diffusion et de l'architecture et du patrimoine en termes d'emploi
- **Spécificité / dominante :**
 - Audiovisuel et cinéma / Street art / musique actuelle / BD et livre jeunesse / bâti en zone tropicale
- **Réseaux :**
 - De nombreux réseaux pour chaque domaine des ICC – une dynamique collaborative actuelle
 - Peu de transversalité entre domaines des ICC
 - Des ICC manquants de lien avec les autres pans de l'économie hormis la publicité / communication / diffusion et l'architecture patrimoine

Les événementiels

- **Chiffres clés: une 40aine de festivals**
- **Spécificité**
 - Cinéma, musique
 - Événements culturels propres à la culture réunionnaise (Dipavali, 20 décembre...)
- **Rayonnement**
 - Une majorité d'événements au rayonnement local voire régional
 - Des événements touchant principalement la population réunionnaise (objectif d'accès à la culture, de rééquilibrage territorial)

Les diffuseurs « spécifiques »

Inclus : Les lieux de diffusions du spectacle vivant, les musées, sites et monuments

- **Chiffres clés: 25 établissements 244 emplois**
- **Des scènes conventionnées : LE SECHOIR** (15 salariés, plusieurs lieux de diffusion des spectacles : le Séchoir, le K, spectacles « hors les murs »), **LE THEATRE LES BAMBOUS**
- **Des Salles labellisées : LE KABARDOCK** (musique actuelle), le **Théâtre du Grand Marché** (Centre Dramatique de l'Océan Indien)
- **Des musées labellisés « Musées de France »** (musées Léon Dierx, Stella Matutina, Musée des Arts Décoratifs de l'Océan Indien)
- **Spécificité / dominante**
 - Musique et théâtre, peu de lieux dédiés à la danse et autres activités culturelles

Les diffuseurs « génériques »

Inclus : Les établissements de distribution de biens culturels (librairies, bibliothèque, commerce...), ainsi que les diffuseurs médias (TV, radio, cinémas, internet)

- **Chiffres clés: 206 établissements 1 204 emplois**
- **Spécificité :**
 - Des dispositifs originaux pour pallier le manque de diffusion en local : ex. tournée générale pour la musique (cf. détails en annexe)
 - Des actions pour se tourner vers l'export (festivals, IOMMA, ...)

Les fonctions supports : formation, recherche, centre de ressources, outil de développement économique ...

- **Des centres de ressources et d'accompagnement : PRMA** (cf. détails en annexes), **CAUE...**
- 90 établissements d'enseignement culturel, 6 établissements d'enseignement supérieur consacrés aux ICC, une 40aine de formations en lien avec les différents domaines
- Une offre de formation qui se renforce, des manques persistants sur les compétences en gestion administrative
- Une faiblesse de la R&D dans les ICC

Les spécificités du marché « local »

- **Une consommation des ICC par la population locale** mais une situation sociale fragile
- **Un recours régulier au mécénat**, malgré la faiblesse du nombre de grandes entreprises sur le territoire et les difficultés administratives
- **Un soutien structurant des pouvoirs publics à la production et à la diffusion**
- **La proximité des marchés de la Zone Océan Indien**

Liste et intitulé des codes NAF étudiés en annexes

Zoom sur les producteurs de contenus à la Réunion

Caractérisation des acteurs

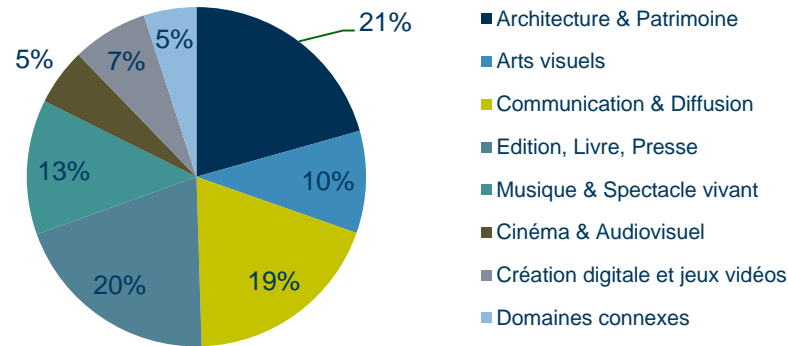
2. Etat des lieux

- ▶ Une forte représentation des domaines de l'Architecture & Patrimoine, de l'Édition, Livre, Presse ainsi que de la Communication & Diffusion
- ▶ Une majorité d'acteurs avec un statut professionnel (sociétés, auto-entrepreneurs)
 - ▶ Environ 90 % de sociétés et 5 % d'auto-entrepreneurs, le reste correspondant à des structures associatives (source: enquête en ligne, 15 réponses de producteurs de contenus)

- 1 988 Etablissements
- 2 870 Emplois
- **Thématiques / secteurs spécifiques** : Audiovisuel et cinéma / Street art / musique actuelle / BD et livre jeunesse

A noter : l'existence à la Réunion de plus de **200 artisans d'art** dont le code NAF n'entre pas dans le cadre de l'étude (cf fiche Métiers d'Art en annexe)

Répartition des emplois parmi les producteurs de contenu à la Réunion
(Source: INSEE Beyond 2013)



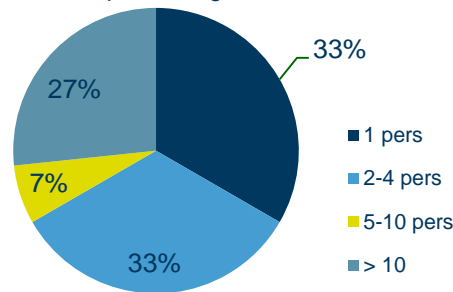
Des structures de petite taille en termes de chiffre d'affaires et d'effectifs

- ▶ Les 2/3 étant des TPE (selon retours enquête en ligne)
- ▶ Un chiffre d'affaires annuel moyen de 140 000 € (selon retours enquête en ligne)
 - ▶ Un chiffre d'affaires cumulé de 2 150 K€ pour les 15 retours de l'enquête en ligne
 - ▶ Une valeur ajoutée de 107 K€ pour 6 retours de l'enquête en ligne

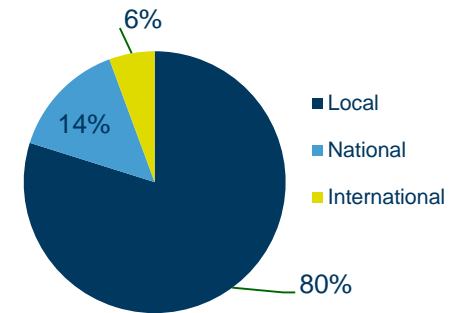
Un rayonnement principalement local

- ▶ Des difficultés à s'exporter en raison du coût et du manque de reconnaissance des ICC réunionnaises en dehors de la région

Taille des établissements des ICC à la Réunion – nombre de personnes
(Source: enquête en ligne)



Rayonnement des établissements des ICC à la Réunion – en % du chiffre d'affaires
(Source: enquête en ligne)



Sources : données INSEE Beyond 2013 – retraitement Katalyse, enquête en ligne, INSEE, entretiens Katalyse

Zoom sur les producteurs de contenus à la Réunion

Fonctionnement des acteurs

2. Etat des lieux

► Un fonctionnement plutôt par domaines d'activités

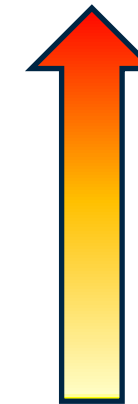
- Un nombre important de fédérations, clubs, associations professionnelles... dans chacun des domaines des ICC (ex. association interprofessionnelle des métiers du livre, groupement des designers, des photographes, URPAC...)...
 - 87% des répondants appartenant à un ou plusieurs réseaux (Agence Film Réunion et ARTIC notamment)
- ...mais des niveaux de structuration restant variés en fonction des domaines (cf. tableau ci-contre)
- ...et peu de transversalité entre les domaines des ICC : quelques actions ponctuelles / opportunistes
 - Ex. Collaboration des maisons d'édition avec des professionnels et amateurs des Arts Visuels (photographie pour l'illustration de livres jeunesse)

► Des relations avec les autres pans de l'économie variables selon les domaines d'activités

- Globalement peu de lien avec les autres pans de l'économie mais des pistes envisagées par les acteurs des ICC (cf. détails en annexe)
 - Tourisme
 - Numérique
 - Aménagement et la ville durable
- ... sauf pour les activités du domaine de la publicité / communication / diffusion et de l'architecture patrimoine : des secteurs rattachés aux ICC de part leur volet créatif mais qui finalement se sentent plus en lien avec d'autres pans de l'économie
 - Publicité / communication ⇔ industrie, tourisme...
 - Architecture ⇔ construction / BTP

Echelle de structuration des domaines d'ICC :

Présence de réseaux structurants



Musique & Spectacle vivant

Communication & Diffusion

Edition-Livre

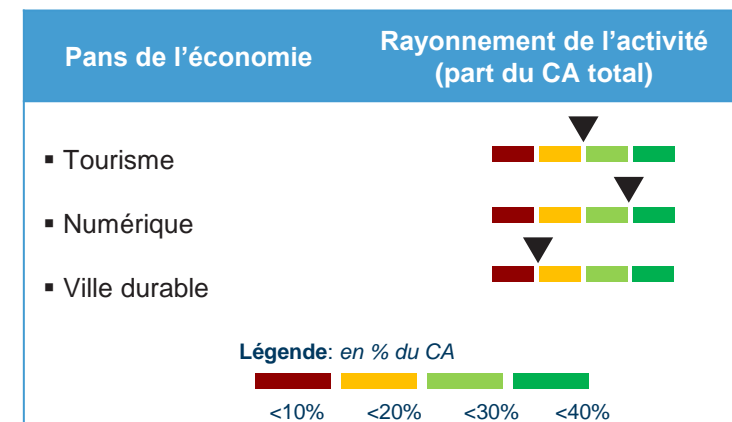
Arts visuels

Ciné & Audiovisuel

Architecture & Patrimoine

Création digitale & Jeux Vidéos

Réseaux plus jeunes, structuration en cours



Sources : enquête en ligne, INSEE, entretiens Katalyse

► Un territoire riche en équipements culturels...

- Une 30aine de lieux référencés, dont 2 scènes conventionnées (Les Bambous, Le Séchoir), et deux scènes labélisées (le Kabardock - Musiques Actuelles, le Théâtre du Grand Marché – Centre Dramatique de l'Océan Indien)
- Un dynamisme de la création d'équipements sur la dernière décennie

► ... Mais le constat de nombreuses disparités

- Un sous-équipement du Sud-Est, de l'Est et des Hauts par rapport au Nord et à l'Ouest
- Une part importante d'équipements dédiés à la Musique et au Théâtre au détriment d'autres disciplines (la danse notamment)
- Une absence de concertation dans la construction de nouvelles salles engendrant la présence de « coquilles vides » et de fermetures subites

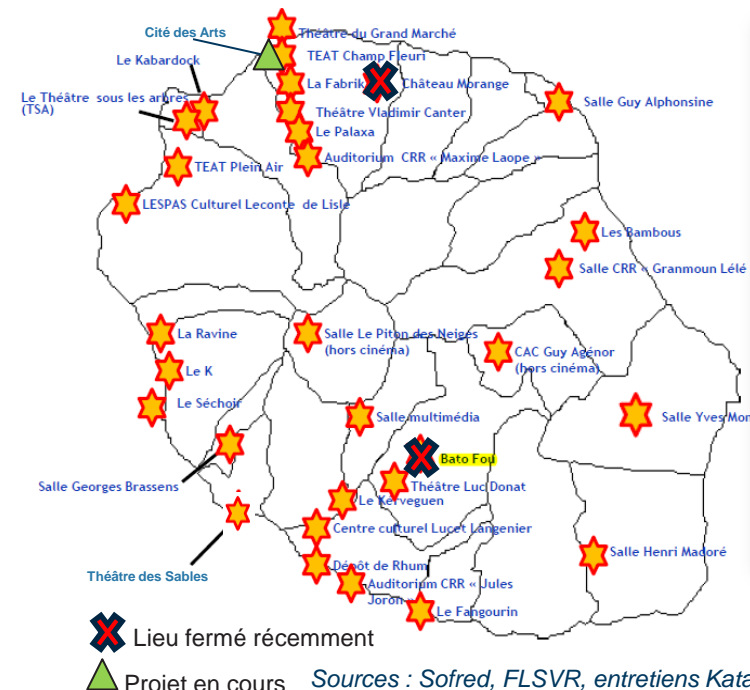
► Un projet structurant en cours : la Cité des Arts

- Un projet porté par la CINOR, une livraison prévue à la mi-2015 (23 M€ d'investissements)
- Un équipement culturel de 15 000 m² comprenant...
 - ...des espaces de créations artistiques (studios de danse, de théâtre, atelier de fabrication de décors, studios...) → un espace conçu comme une pépinière des industries culturelles, sans domaine de spécialisation
 - ...3 espaces de diffusion (Le Palaxa, 1 salle de spectacle modulable, 1 salle d'exposition)
 - ...des espaces de convivialité et d'hébergement (bar/restaurant, appartements T1)
 - ...des espaces administratifs et techniques
 - ...des espaces extérieurs scénographiés
- Le portage du projet par une SPL (« Territo'art »), une 30aine d'ETP planifiée pour la gestion de la structure
- Plusieurs ambitions :
 - Répondre aux carences territoriales en termes de lieux de création
 - Favoriser les démarches collaboratives avec les acteurs des ICC et les lieux de diffusion (volonté d'une approche collégiale, notamment dans le choix des artistes à accueillir)
 - Faire rayonner les créations réunionnaises (notamment en coproduisant des spectacles ou en assurant des représentations aux compagnies accueillies dans la structure)

- 28 lieux de diffusion du spectacle vivant
- Une 30aine de musées
- 162 ETP et 16,8M€ de budget cumulés pour les lieux du spectacle vivant
- Exemple d'acteurs (cf carto.ci-dessous) :
 - Champ-Fleuri et Plein-Air
 - Théâtre Luc Donat
- Thématiques / secteurs dominants : Musique, Théâtre
- Inklus : Les lieux de diffusions du spectacle vivant, les musées, sites et monuments

NB : Un établissement au sens INSEE peut regrouper plusieurs lieux de diffusion

Cartographie des lieux du spectacle vivant réunionnais (2013)



✗ Lieu fermé récemment
▲ Projet en cours Sources : Sofred, FLSVR, entretiens Katalyse

- ▶ **Des lieux du spectacle vivant faisant face à de nombreux défis dans un contexte national de mutation de la « filière »**
 - ▶ Un déficit de personnels et de profils qualifiés en local, dans des structures en majorité associative
 - ▶ Une fragilité financière des établissements : un taux d'autofinancement d'environ 25 %, des financements publics et des recettes en propre en baisse
 - ▶ L'enjeu de l'accessibilité pour tous à la culture (face aux caractéristiques sociodémographiques de la Réunion)
 - ▶ Ex. le Séchoir proposant une programmation « hors les murs » soutenu par le programme européen LEADER
 - ▶ Le difficile soutien à la création locale (faible nombre de résidences d'artistes sur l'île, faible nombre de coproductions...)
 - ▶ Le contexte insulaire et l'absence de grandes institutions labellisées, rendant difficile la visibilité de la scène réunionnaise à l'international

- ▶ **La mise en réseau des acteurs : une dynamique collaborative visible, en réponse aux enjeux de la filière**
 - ▶ La création en 2013 de Fédération des Lieux du Spectacle Vivant de la Réunion regroupant une dizaine d'acteurs, avec pour mission notable la participation concertée à l'aménagement culturel territorial
 - ▶ D'autres initiatives remarquables pour soutenir la création et la diffusion, favoriser les programmations mutualisées entre plusieurs sites et optimiser les budgets
 - ▶ Ex. Békali, dispositif entre 3 salles de l'Ouest de l'île (le Séchoir à Saint-Leu, Lespas Leconte de l'île à Saint-Paul et le Kabardock au Port)
 - ▶ Ex. Certaines programmations communes et des prêts de matériel entre le TEAT et d'autres lieux (Théâtre Bambou...)

- ▶ **Des relations naturelles entre acteurs des ICC**
 - ▶ Des établissements interagissant de manière évidente avec les « producteurs » de leur domaine d'ICC
 - ▶ Ex. Lien des salles de diffusion musicale avec les artistes locaux et / ou les structures d'appuis (ex : PRMA)
 - ▶ Un lien naturel avec le patrimoine (bien qu'au coup par coup) dans l'utilisation de tous les espaces possibles pour permettre la diffusion des spectacles
 - ▶ Quelques liens possibles avec d'autres acteurs ICC sans voir se dégager de relations réellement structurées
 - ▶ Ex : recours à des agences de communication, ou à des indépendants pour concevoir les supports de communication

- ▶ **Des relations indispensables avec les autres pans de l'économie**
 - ▶ Une interaction importante avec les acteurs publics, notamment à l'échelle locale
 - ▶ Les communes : acteurs indispensables dans la dynamique et le financement des lieux de diffusion, parfois manquants voire absents des réflexions et / ou projets
 - ▶ Le CG, le CR assurant la gestion des plusieurs équipements (via des SPL, ou des DSP)
 - ▶ Le recours quasi-systématique à des prestataires extérieurs dans différents domaines
 - ▶ L'administration/comptabilité, l'accueil/le gardiennage, la maintenance du matériel...
 - ▶ Des tentatives de rapprochement avec les acteurs du privé, sur la question du mécénat ou du sponsoring d'événements
 - ▶ Ex. une 30aine de CE adhérents au TEAT
 - ▶ Des connexions limitées avec les acteurs du tourisme

► Des diffuseurs « classiques » présents à la Réunion, mais trop faiblement connectés avec la production locale

- Au-delà des lieux de diffusion dédiés au spectacle vivant, une diversité d'activités de diffusion pour les ICC
 - Les bibliothèques et archives
 - Les commerces / boutiques / restaurants
 - Une forte densité des acteurs des médias de diffusion (chaines TV, radio, cinéma...)
- Globalement, un manque de connexion entre cette partie de la chaîne de valeur des ICC et la production locale...
- ... ayant poussé les acteurs à mettre en place quelques initiatives intéressantes pour favoriser la diffusion des créations en Région...
 - Ex. dispositif « tournée générale » pour la musique (cf. détails en annexe)
 - Ex. travail en cours entre les radios et le PRMA pour identifier plus facilement les producteurs / artistes locaux
- ... mais également des velléités de plus en plus tournées à l'international, le marché intérieur restant relativement limité
 - Ex. l'organisation d'évènements pour attirer les professionnels étrangers et permettre aux artistes de se produire à l'extérieur (ex. IOMMA, festival cyclone BD...)
 - Ex. la mission export pour aider les acteurs de la musique à sortir du territoire lorsqu'ils ont obtenu une programmation de tournée (cf. détails en annexe)

► Quelques relations entre diffuseurs « génériques » des différents domaines des ICC

- Des collaborations grandissantes entre les différents supports médias (du domaine de la communication & diffusion), du fait de la convergence des canaux de diffusion...
 - Ex. projet de « maison de la Radio de l'Océan Indien », visant à développer des technologies cross canal intéressant radio, acteurs de l'audiovisuel et du web
- ... des liens moins établis avec les autres diffuseurs (librairies, commerces, bibliothèques...)

► Un impact direct des autres pans de l'économie sur l'activité des diffuseurs « génériques »

- Un chiffre d'affaires avec les annonceurs pour les acteurs des médias de diffusion en baisse
- Une fréquentation touristique ayant un impact pour les commerces / boutiques / restaurants

- 206 Etablissements
- 1 204 Emplois
- 2 principaux exploitants de salles de cinéma + plusieurs salles municipales
- Exemple d'acteurs :
 - ✓ Réunion 1^{ère},
 - ✓ MauRéfilms
 - ✓ ICC Films
 - ✓ Groupe H2R

A noter : *Un manque de lieux de diffusions dans le domaine des Arts Visuels, mais des initiatives notables pour permettre la diffusion des artistes locaux :*

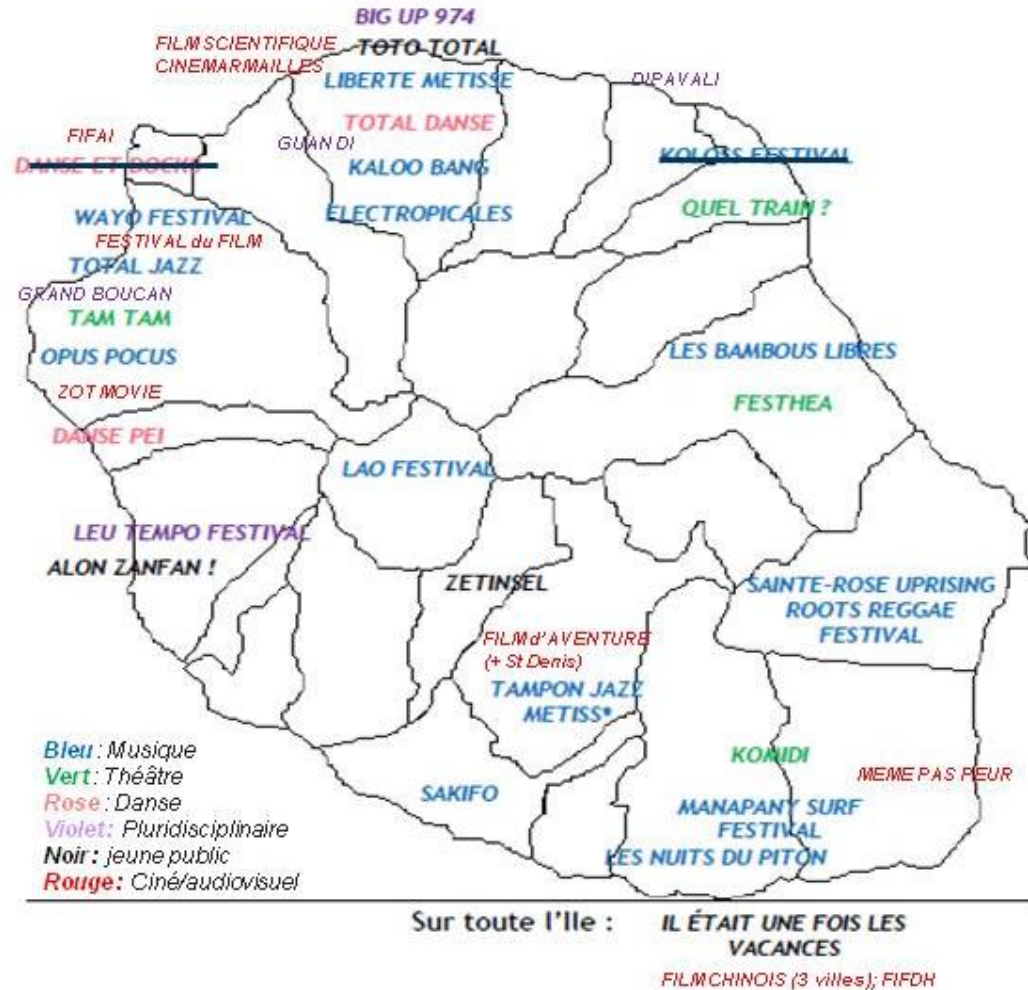
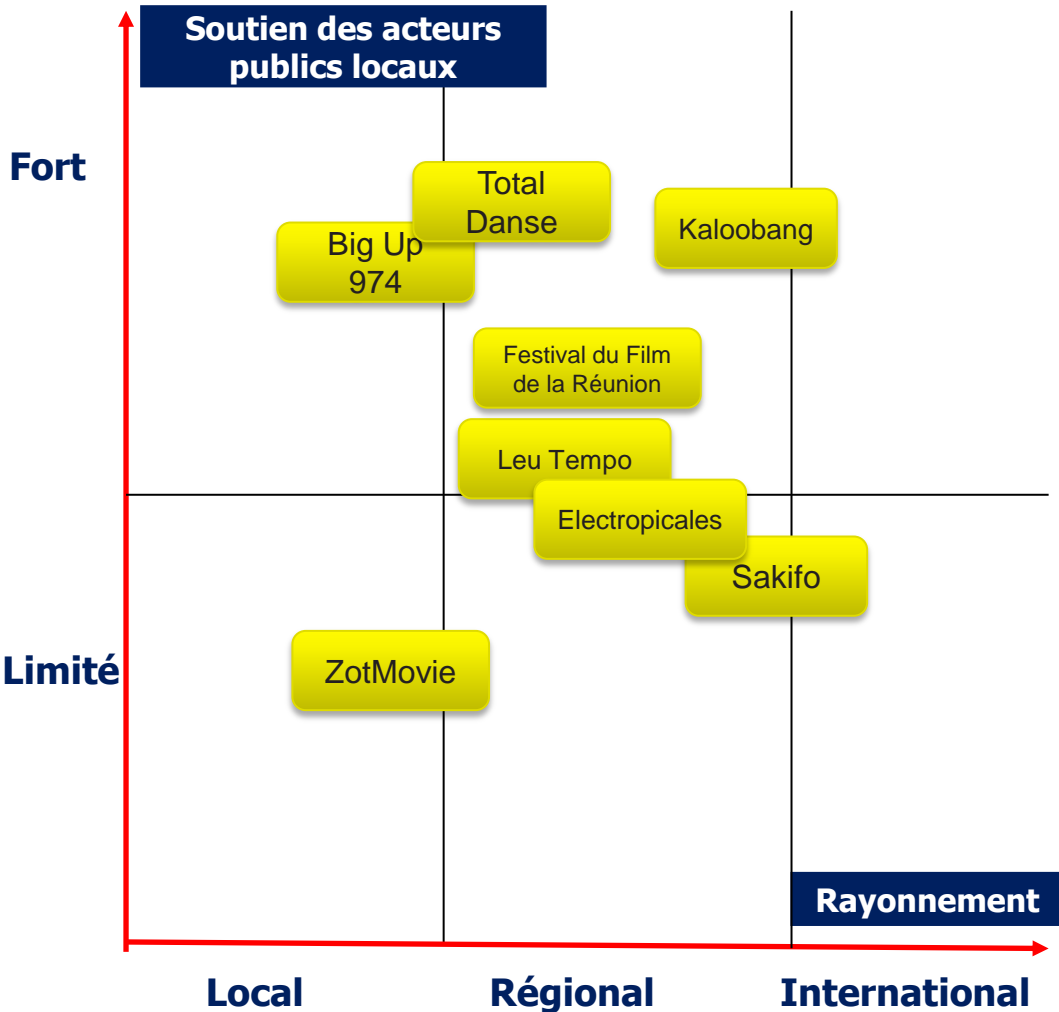
- Ex : Appel à projet organisé par le CHU
- Ex : Espace de diffusion au sein de la médiathèque du Tampon

Zoom sur les évènementiels à la Réunion (1/3)

Mise en perspective des événements

- Positionnement des principaux événements réunionnais (liste non exhaustive) :

- Localisation géographique des événements (Source : étude SOFRED-retraitement Katalyse, liste non exhaustive) :



Sources : entretiens Katalyse, CCEE, Sofred

Caractérisation de l'offre réunionnaise

- ▶ **Un élargissement notable du nombre de festivals organisés sur les 5 dernières années, témoignant du dynamisme des acteurs réunionnais**
 - Une 40aine de festivals
 - Exemples d'acteurs : Sakifo, Kaloo Bang...
 - Thématiques / secteurs dominants : Le cinéma, la musique
- ▶ **Une offre diversifiée, mais peu d'événements pluridisciplinaires**
- ▶ **Quelques événements avec une thématique différenciante, une prédominance des évènementiels dans le domaine de la musique et du cinéma**
- ▶ **Des tendances fortes des événements réunionnais**
 - ▶ L' utilisation de tous les espaces disponibles pour proposer les spectacles
 - ▶ Une tendance à la délocalisation des événements dans un but de rééquilibrage territorial (ex : organisation d'ateliers dans les lieux d'éducation populaire...)
- ▶ **Peu d'événements de rayonnement national/international**
 - ▶ Des événements davantage conçus pour le public réunionnais, dont le financement public est parfois corrélé à la capacité du festival à toucher prioritairement la population locale
 - ▶ Une fréquentation des festivals par les touristes « affinitaires » principalement (tourisme des personnes rendant visites à leurs proches qui habitent la Réunion)

► **Fonctionnement des acteurs**

- **Des festivals bénéficiant de l'aide et du soutien financier des collectivités → Région et Municipalité principalement** (cf. diapo sur les politiques publiques)
- **Le recours important aux financements privés, soulevant plusieurs difficultés pour les organisateurs**
 - Un effet « crise » : difficulté accrue pour trouver des financements privés depuis les années 2008-2010
 - Un effet « barrière administrative » : dans de nombreux cas, la nécessité pour les organisateurs de solliciter les « maisons mères » des entreprises localisées à la Réunion → Mécénat d'entreprise souvent géré depuis le siège en métropole
 - Un problème réglementaire en contradiction avec la professionnalisation du secteur : des organisateurs qui sortent du statut associatif moins « attractif » pour les entreprises car ces dernières ne peuvent plus enregistrer leur financement en mécénat (dédié uniquement au financement versé aux associations)
- **Un fonctionnement des organisateurs en « vase clos », mais quelques dynamiques de synergie perceptibles**
 - Peu de liens entre organisateurs d'événements, y compris pour des festivals ayant la même thématique → le constat d'un défaut de coordination dans certaines disciplines
 - Des initiatives de mutualisation de moyens de communication entre plusieurs festivals de rayonnement plus modeste (Ex : cas du Zot Movie, du Festival du Film d'Aventure et de Manapany)

► **Relations entre acteurs ICC et avec les autres pans de l'économie**

- **Des relations existantes avec certains établissements de formation**
 - Ex. Création d'un partenariat entre le Zot Movie Festival et l'école audiovisuelle « le remède » à Saint Pierre
 - Ex. Participation des Etudiants des Beaux-Arts à la Scénographie des Electropicales
- **Des événements nécessitant de travailler avec de nombreux autres acteurs ICC (numérique, édition, communication...)**
 - Ex : Participation de la Librairie Autrement aux 2 événements majeurs réunionnais autour du livre (Salon du Livre et de la Jeunesse, Salon Athéna)
- **Des liens sous-exploités avec l'économie du Tourisme, très peu d'événements spécifiquement dédiés à attirer les touristes**
 - Un manque d'anticipation et de coordination entre les professionnels du tourisme et les organisateurs d'événements
- **Des événements générateurs d'importantes retombées sur le tissu économique réunionnais, probablement sous-exploités encore actuellement**
 - Ex : Des retombées économiques pour l'ensemble des professionnels de Saint Leu estimées entre 300 et 400 K€, grâce au Festival LEU TEMPO
 - Ex. festival Sakifo, 20 000 entrées payantes, 800 nuitées sur le camping temporaire

Zoom sur la recherche et la formation en lien avec les ICC à la Réunion

2. Etat des lieux

► Une offre diversifiée...

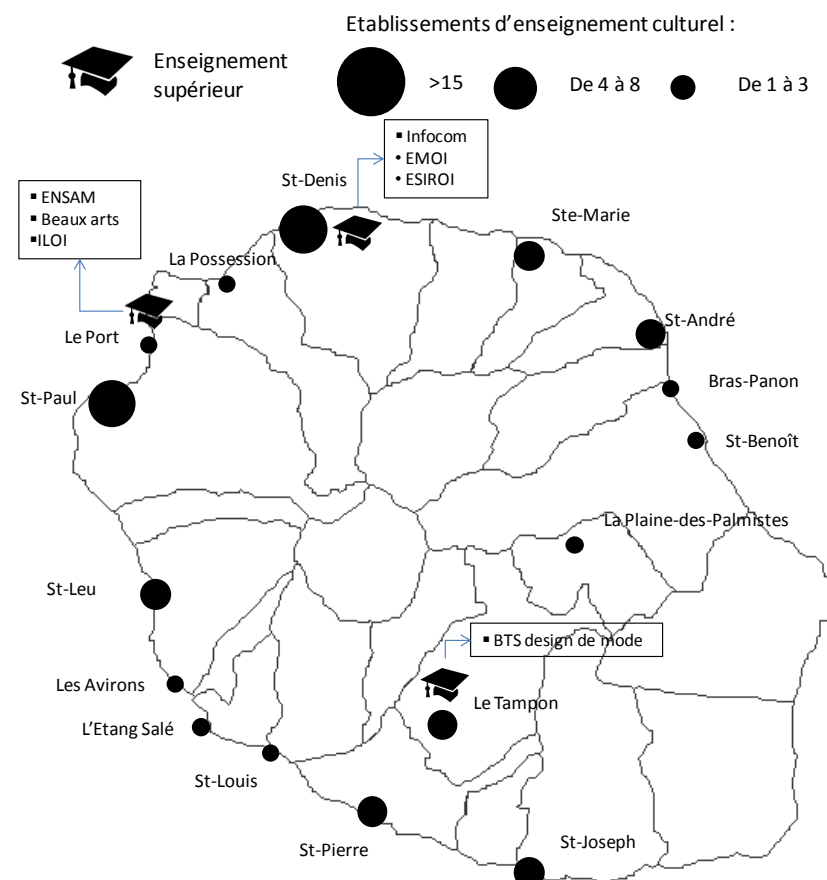
- La présence de plusieurs établissements supérieurs, de structures d'enseignements culturels, et d'organismes de formation continue
- Les grandes catégories des ICC couvertes (Multimédia, -Audiovisuel, Jeux vidéos, communication, arts plastiques, architecture, mode, musique...)
- Des diplômes reconnus par le secteur professionnel et la Région

► ... présentant néanmoins quelques lacunes

- Une répartition géographique discriminante (cf. carte)
- Des budgets de fonctionnement des Etablissements Supérieurs parfois en baisse, certaines formations dont l'avenir est aujourd'hui incertain (ex. ESIROI, EMOI...)
- Peu de formation continue et d'organismes offrant une VAE (Validation des Acquis et de l'Expérience)
- Un manque de débouchés provoquant le départ de diplômés en métropole ou à l'étranger
 - Ex : environ 50 % des diplômés de l'ILOI travaillant à la Réunion
- ... et des besoins du marché local non assouvis
 - Ex : des agences de communication qui peinent à trouver des profils qualifiés locaux dans le domaine du design, des arts visuels
- Des établissements d'enseignements culturels faisant face à plusieurs difficultés :
 - Un manque de structuration de l'enseignement (parcours en cursus...)
 - Un faible niveau de professionnalisation du corps enseignant (part d'enseignants diplômés minoritaire)
 - Des locaux nécessitant d'importants travaux de réhabilitation pour améliorer les conditions d'enseignement

- Environ 90 établissements d'enseignement culturel
- 7 établissements d'enseignement supérieur
- Subvention de la Région pour les stages à l'étranger
- Exemple d'acteurs : Jeudi Formation, ILOI (numérique), Infocom (journalisme), Ecole d'Architecture, Conservatoire Régional, BTS Design de Mode

Etablissements d'enseignement supérieur et d'enseignement culturel entrant dans le champ des ICC à la Réunion



Sources: entretiens Katalyse, CCEE, Schéma Régional des enseignements artistiques

► Des initiatives notables pour combler les lacunes observées à la Réunion

- La mise en place d'un schéma régional des enseignements artistiques par le Conseil Régional en 2012
- Des structures supports développant des programmes de formation continue (PRMA, CAUE...)
- Des Etablissements d'Enseignement Supérieur étoffant leur offre de formation
 - Ex de l'ILOI : centre de formation professionnelle et continue de la filière « image et son », ouverture en 2006 d'une section dédiée au multimédia et aux jeux vidéos. Collaborations avec les Gobelins, la CCI Paris, partenariats en Chine
 - Projet de création d'un pôle artistique à St-Pierre avec le déménagement du BTS Design de Mode au lycée Ambroise Vollard (bac STD2A) et ouverture d'un BTS Design de Communication
- La création d'organismes de formations continues, pour répondre à la forte demande de professionnalisation dans le domaine du Spectacle Vivant
 - Ex : Création en 2012 de la SARL « Jeudi Formation », proposant des formations techniques (son, lumière...) et des formations aux fonctions supports (administration, communication, langues...) pour les intermittents, collectivités et établissements culturels
- La mise en place au sein de l'ILOI du « Passartic », une année de classe préparatoire à l'entrée dans l'école, pour les étudiants non-bacheliers

► Des acteurs de la formation en interaction directe avec les autres acteurs des ICC

- Des liens évidents avec les « producteurs »
 - Des établissements d'Enseignement Supérieur répondant à la demande des entreprises (Ex : taux d'insertion dans des radios de 75 % pour les diplômés de l'EMOI)
 - Parallèlement, des professionnels intervenant dans les établissements réunionnais
 - ◆ Interventions lors des cours de professionnels issus du secteur concerné (développeur de jeux et de logiciels à l'ILOI, animateurs radio à l'EMOI, etc.)
 - ◆ Organisation d'événements en collaboration avec les établissements (ex : Organisation par l'AACC de journées « Agences Ouvertes » et de concours de créativité auprès des étudiants d'Infocom → détail en Annexe)
 - Des événements permettant de réunir professionnels, établissements de formations et monde de la recherche (ex : Carrefour de l'Image, événement biennale organisé par l'ILOI)
- Quelques liens perceptibles avec les « Diffuseurs » et les « Événementiels »
 - Ex. Création d'un partenariat entre le Zot Movie Festival et l'école audiovisuel le « le remède » à Saint Pierre
 - Ex. Participation des Etudiants à des Beaux-Arts à la Scénographie des Electropicales
 - Ex. Mise en place d'animations auprès des publics scolaires par la Librairie Autrement

► Mais des interactions limitées des établissements de formation supérieur entre eux

- Un Bac+2 commun à Infocom et ILOI, n'existant plus à l'heure actuelle
- Des établissements rentrant parfois plus facilement en réseau avec des structures métropolitaines ou mondiales plutôt qu'avec les acteurs réunionnais

Source: entretiens Katalyse

Les spécificités du marché « local » à la Réunion

Les politiques publiques en faveur de la culture et des ICC (1/3)

2. Etat des lieux

- ▶ **L'Etat : un soutien large aux ICC via l'appui aux dispositifs mis en place dans les collectivités territoriales**
- ▶ **La Région : une politique culturelle autour de 5 grands axes de soutien**
 - ▶ **Le Développement culturel**
 - ▶ Aide aux associations, aux artistes à travers des soutiens à l'événementiel et des chartes de conventionnement
 - ▶ Dispositif d'aide aux entreprises culturels mis en place en 2012 (investissement, emploi...)
 - ▶ **L'enseignement artistique**
 - ▶ Gestion du CRR (Conservatoire à Rayonnement Régional)
 - ▶ Aides aux acteurs culturels et aux jeunes, via un système de bourse pour des formations en métropole ou à l'étranger (environ 90 jeunes accompagnés par an)
 - ▶ **La conservation du Patrimoine**
 - ▶ **La gestion muséale**
 - ▶ 4 musées gérés via une SPL
 - ▶ **L'organisation d'événements**
 - ▶ En local : 1 festival + 4 manifestations
 - ▶ A l'international : Promotion de la culture / participation à des événements aux Seychelles, en Australie
- ▶ **La Région : une politique culturelle pilotée par 4 motivations principales**
 - ▶ Encourager l'entrepreneuriat culturel, en favorisant le passage des acteurs du statut associatif au statut entrepreneurial (Conseil, Investissement, aide au projet...)
 - ▶ Développer le rayonnement de la culture réunionnaise à l'export, en accompagnant les acteurs et/ou en tissant des liens avec les structures des pays voisins (zone OI principalement)
 - ▶ Favoriser la mise en réseau des acteurs réunionnais → volonté de mettre en place une agence culturelle régionale
 - ▶ Développer les projets collaboratifs avec d'autres pans de l'économie, notamment le tourisme
 - ▶ Ex : projet de « la route des musées et des jardins », mis en place avec les autres collectivités territoriales, l'Etat et les acteurs du tourisme → ouverture prévue d'ici 6 mois

A noter : Environ 8 M€ / an d'aides directes de la Région aux porteurs de projets (festivals, entreprises, artistes, jeunes) ...

A noter : Un soutien régional se voulant pluridisciplinaire, malgré la mise en place de 3 schémas sur la dernière mandature :

- Schéma régional de la lecture publique et de la littérature
- Schéma régional des enseignements artistiques
- Schéma régional des lieux du spectacle vivant

A noter : Les secteurs du cinéma/audiovisuel et du numérique font l'objet d'actions de soutien spécifiques dans le cadre de la stratégie de développement économique de la Région (domaines non rattachés à la politique culturelle)

Source: entretiens Katalyse

Les spécificités du marché « local » à la Réunion

Les politiques publiques en faveur de la culture et des ICC (2/3)

► Deux grands axes d'intervention du Conseil Général :

► Le soutien à la vie artistique et culturelle

- La volonté politique de ne pas privilégier une discipline plutôt qu'une autre → approche pluridisciplinaire
- Un soutien direct porté uniquement aux porteurs de projets associatifs et aux artistes
 - ◆ Conventonnement
 - ◆ Soutien événementiel
- Des actions plus générales en faveur de la culture (commande d'œuvres, sensibilisation, soutien indirect à l'édition réunionnaise, en privilégiant l'achat d'œuvres locales dans les CDI des collèges...)

► La gestion des équipements culturels d'intérêt départemental

- 3 Musées (Musée Léon Dierx, Musée Villèle, Musée d'Histoire Naturelle) et 2 jardins botaniques
- 2 Théâtres (Champs Fleuri et théâtre de Saint-Gilles, géré en DSP)
- 1 Artothèque, 1 bibliothèque, et 1 iconothèque (cf. encadré)

A noter : Un axe de développement notable du CG porté sur le lien entre la Culture et le Numérique

► Le Développement de l'IHOI (Iconothèque Historique de l'Océan Indien)

- ✓ Service en ligne inauguré en 2012, référençant les collections d'images anciennes du patrimoine réunionnais (notamment les œuvres des musées gérés par le CG)
- ✓ La volonté d'étendre ce projet dans d'autres territoires de l'Océan Indien, et pour d'autres éléments du patrimoine (littérature...)
- ✓ 38 millions de pages visitées depuis le lancement de l'iconothèque

► La volonté de développer le numérique dans les musées → lancement d'un appel d'offre pour développer une application mobile dédiée au Musée Villèle

Les spécificités du marché « local » à la Réunion

Les politiques publiques en faveur de la culture et des ICC (3/3)

2. Etat des lieux

► Les leviers d'actions des Communautés de Communes et des Agglomérations

- La gestion des équipements culturels existants (maintenance, entretien, gestion du personnel...)
 - Ex : lieux de lecture publique, écoles de musique, lieux de diffusion/salle de concerts...
- Le développement d'équipements culturels structurants
 - Ex : le projet de la Cité des Arts, porté par la CINOR (cf. diapo sur les lieux de diffusion spécifiques)
- Le soutien événementiel pour des projets d'intérêt communautaire
 - Ex : Kaloobang et Big Up, dont 10 à 15 % du budget est financé par la CINOR

► Les municipalités : des interlocuteurs clés pour les acteurs des ICC

- Une mission de gestion des équipements culturels en régie directe ou indirecte (en conventionnant une compagnie occupant l'équipement)
- Le soutien à la création via le conventionnement d'artistes, l'animation de réseaux culturels, d'accompagnement des projets
 - Ex : Mairie de Saint Denis : Animation d'une base de 700 partenaires, organisation de rencontres...
- Un soutien fort à l'événementiel
 - Des municipalités partenaires directs des événements (financement des festivals)
 - Des Mairies pilotant en propre des événements (ex : fête du 20 décembre, Journées du Patrimoine, Fête de la Musique...)
 - Un soutien indirect à l'événementiel à travers la mise en place d'un système d'incitation ; Ex. Les accords Communes-Casino mis en place à Saint Denis et Saint Paul, permettant aux casinos de défiscaliser une partie de leurs revenus en soutenant un projet culturel
- La conduite de chantiers pour lier la politique culturelle à d'autres pans de l'économie → cas de la Mairie de Saint Denis :
 - Des réflexions en cours sur la thématique du Numérique
 - Des projets conduits avec le CAUE sur des problématiques d'aménagement urbain via le graph / le street art
 - Des projets communs avec l'OT, la ville étant détentrice du label « ville d'art et d'histoire »

A noter : Le soutien de la Mairie de Saint Denis dans l'accompagnement des artistes à l'export, à travers la Convention de L'Institut Français :
→ Un fond de soutien de 100 K€ financé par l'Institut, la DAC OI, la Région, le CG et la Mairie
→ Accompagnement de 15 à 20 projets par an

Source: entretiens Katalyse

- ▶ **Des indicateurs socio-économiques a priori peu favorables au développement d'un bassin de consommation ICC...**
 - ▶ Un taux de chômage structurellement plus élevé (28,5 % en 2012 contre 9,8 % en métropole)
 - ▶ Un taux de pauvreté préoccupant (49 % en 2012)...
 - ▶ ... mais une solidarité intergénérationnelle et intrafamiliale intense
 - ▶ Des salaires globalement équivalents à ceux en métropole mais un pouvoir d'achat moindre

- ▶ **... Mais des pratiques artistiques, une fréquentation culturelle similaires aux autres territoires métropolitains avec quelques spécificités néanmoins**
 - ▶ Un fort intérêt de la population, et en particulier des jeunes, pour la culture créole → recherche d'un socle identitaire
 - ▶ L'insularité qui permet une mise en réseau plus simple et des interactions plus nombreuses entre les réunionnais
 - ▶ Le sentiment d'une offre culturelle riche et variée sur le territoire, s'appuyant en partie sur la diversité culturelle caractéristique de la Réunion (influences africaine, indienne, asiatique...)
 - ▶ Un budget mensuel moyen de 165 € par ménage pour les loisirs et la culture (5^{ème} poste de consommation) (supérieur à l'ensemble des DOM : 141 €), une croissance régulière depuis 2001 pour atteindre 9 % du budget des ménages (devant l'habillement et les dépenses en restaurant)

- ▶ **... Et des atouts touristiques/patrimoniaux propices au développement des ICC**
 - ▶ A noter : l'importance du tourisme « affinitaire » ayant un impact sur la fréquentation des festivals (cf. diapo sur les événementiels)

- ▶ **Un faible nombre de grandes entreprises locales, participant néanmoins au soutien de la filière**
 - ▶ Une clientèle clé pour de nombreux acteurs ICC (Architecture, Communication, Médias, Numérique...)
 - ▶ Des groupes prenant peu à peu part à l'organisation des événements (ex : service événementiel au sein d'Orange)
 - ▶ Des Comités d'Entreprises qui soutiennent indirectement les lieux de diffusion locaux (ex : 33 CE partenaires du TEAT)
 - ▶ Des Fondations susceptibles de soutenir certains projets ICC ou événements culturels...
 - ▶ Ex : Orange, Bourbon, EDF soutenant les festivals (Electropicales, Sakifo...)
 - ▶ ... néanmoins la difficulté de certaines structures ICC pour accéder au mécénat
 - ▶ Des ICC inéligibles aux mesures de défiscalisation ...
 - ▶ ... Et des barrières administratives contraignant les entreprises pour bénéficier de l'exonération
 - ▶ Un marché du mécénat local limité étant donnée la structure du tissu économique réunionnais

- ▶ **Un autre atout intrinsèque à la Réunion : sa situation privilégiée dans la Zone Océan Indien**
 - ▶ Une culture, des caractéristiques géographiques... similaires et familières, facilitant les échanges d'expérience des professionnels de la ZOI
 - ▶ Des pays en développement, affichant des taux de croissance particulièrement dynamiques ⇔ en opposition avec les tendances plutôt moroses de la zone européenne
 - ▶ Un temps d'avance de la Réunion dans les ICC qu'il serait intéressant de valoriser ?

Sources: entretiens Katalyse, CCEE, INSEE

Les producteurs et éditeurs de contenus

- ▶ Une structuration et une professionnalisation en cours, notamment sous l'impulsion des pouvoirs publics
- ▶ La présence de nombreux réseaux (fédération, association, syndicat...) mais l'absence de transversalité à l'ensemble des ICC
- ▶ Des acteurs restant cependant diffus...

ENJEU → renforcer la structuration des acteurs pour améliorer les connexions avec les professionnels de la diffusion et pouvoir engager des démarches d'internationalisation

Les diffuseurs de contenus

- ▶ Une densité importante d'acteurs de la diffusion (spécifiques aux ICC ou génériques)
- ▶ Mais des acteurs en souffrance...

ENJEU → disposer d'une vision partagée et faire monter les acteurs en compétences techniques / technologiques pour renforcer leur compétitivité

Les événementiels

- ▶ Une dynamique de l'évènementiel sur le territoire, qui gagnerait à se faire connaître et reconnaître au-delà de la population locale

ENJEU → renforcer la visibilité auprès des touristes et à l'international

La formation

- ▶ Des formations existantes reconnues...
- ▶ ...mais dont l'avenir reste incertain pour certaines

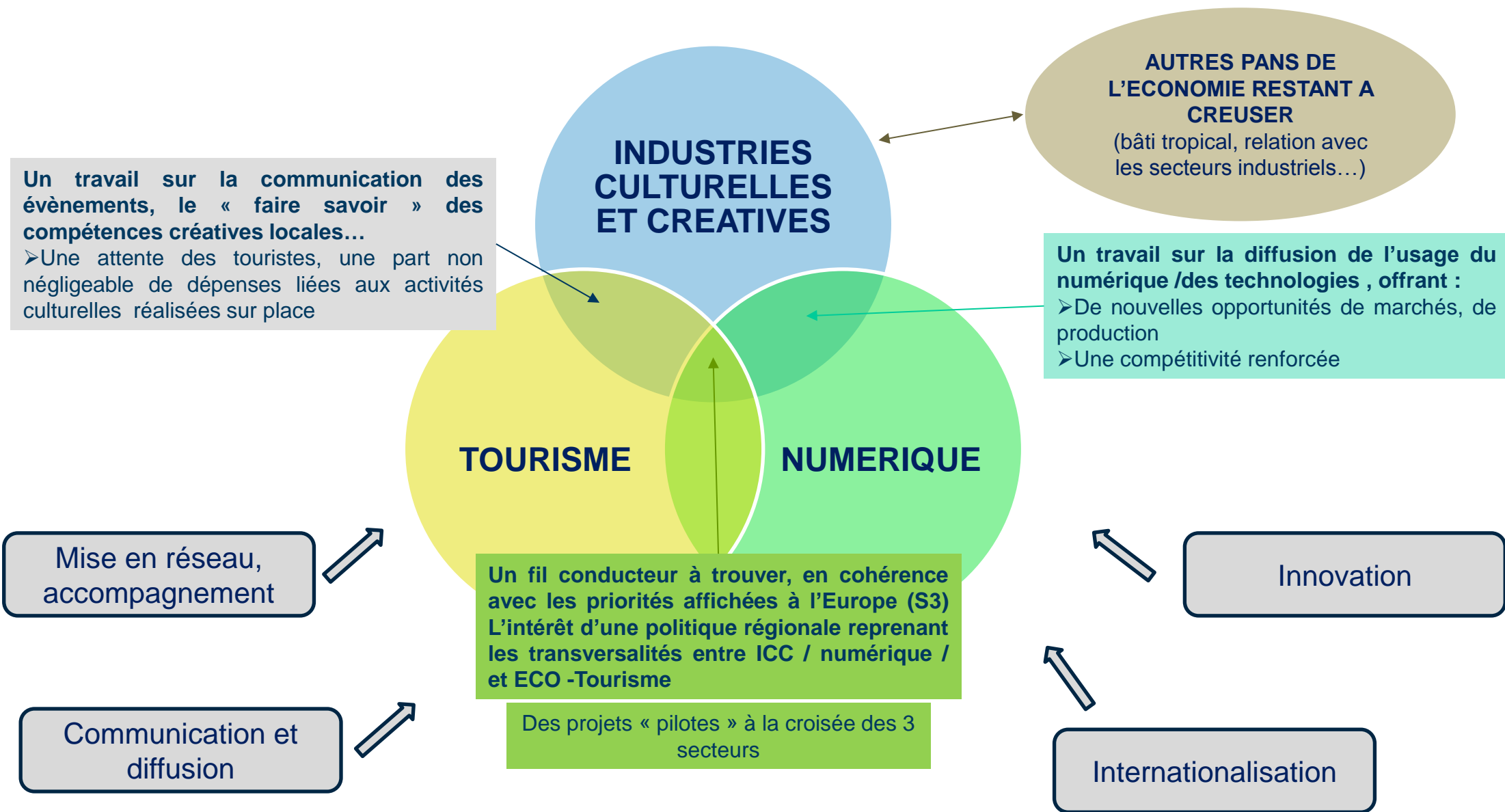
ENJEU → assurer la pérennité des formations locales, réfléchir à une structuration commune ?

▶ 2.2 – Relations avec les autres secteurs de l'économie

Croisement des ICC ⇔ avec les autres secteurs à la Réunion

Des collaborations à renforcer avec les secteurs du tourisme et du numérique

2. Etat des lieux



► Relations des ICC avec les professionnels du tourisme

- Une stratégie régionale du tourisme en cours de redéfinition : l'intérêt de mettre un accent particulier sur le volet culturel et créatif...
 - ...Comme composante de l'image de la Réunion
 - ... Comme activités à faire valoir auprès des touristes lors de leur séjour
- Un plan d'actions à construire sur le moyen / long terme pour « la mise en tourisme » de certaines activités des ICC
 - Ex. conception de « pass musées », de « package festivals »... et commercialisation de offres touristiques / mise en vente (à l'instar du travail réalisé par les alcooliers)
 - Ex : Appui sur la FRT et les OT comme relai d'information, voire de réservation pour les manifestations / évènements culturels
 - Ex : Intérêt d'un guide des manifestations ? (consultable en ligne par les professionnels et les touristes), d'un journal culturel avec une newsletter à disposition des professionnels du tourisme ?

► Relations des ICC avec les professionnels du numérique

- Le développement des usages numériques / technologiques : à l'instar des ateliers organisés avec les industriels, un travail à engager avec les acteurs des ICC sur les enjeux du numérique pour leur activité
- Une politique d'accompagnement forte à engager dans la « culture numérique / créativité numérique »
 - La possibilité d'engager la démarche en soutenant des premiers projets pilotes, sous forme d'appel à projet ?
- Des relations à construire et à imaginer dans le cadre des projets inscrits à la S3 (notamment du pôle numérique)

► Relations des ICC avec les autres pans de l'économie

- La nécessité avant tout de sensibiliser les autres secteurs économiques de la Réunion sur ce que sont les ICC en région, afin de gagner en reconnaissance et en légitimité...
 - Un travail de statistiques complet vraisemblablement à engager auprès de l'INSEE permettant de mettre à plat le poids économique des ICC en région
- ... et pouvoir envisager de concrétiser des liens, opportunités de travail

- ▶ INTRODUCTION

- ▶ 1 – ELEMENTS DE CONTEXTE SUR LES INDUSTRIES CULTURELLES ET CREATIVES

- ▶ 2 – ETAT DES LIEUX DE LA FILIERE ICC A LA REUNION

- ▶ **3 – SYNTHESE ET RECOMMANDATIONS**

- ▶ ANNEXES

▶ 3.1 Synthèse et bilan de la filière ICC sur le territoire

FORCES

- **Un poids non négligeable** des ICC dans l'économie de la Réunion (2,5 % des emplois et 6 % des établissements)
- **Une grande diversité, un fort dynamisme** de la créativité locale; en partie due à l'identité multiculturelle de l'île
- **Une forte valeur ajoutée / savoir-faire** de la Réunion dans certains domaines des ICC (Audiovisuel et Cinéma / musiques actuelles / BD et livre jeunesse, bâti en milieu tropical / Street Art)
- **Une professionnalisation** en cours des domaines des ICC à la Réunion (à des stades d'avancement variables)
- **Une habitude de fonctionnement en réseau**, une dynamique collaborative perceptible depuis quelques années, en particulier dans les domaines les plus structurés (Musique, Audiovisuel...)
- **La présence de nombreux lieux de diffusion, en particulier du spectacle vivant**

FAIBLESSES

- **Un rayonnement d'activités encore majoritairement local**, des difficultés à toucher des marchés hors de la Réunion ⇔ liées entre autre à l'insularité (ex : problématique du coût du transport aérien)
- **Une tendance au fonctionnement en « vase clos »** → faible propension des acteurs d'un domaine d'ICC au travail / à la mise en réseau avec des acteurs d'un autre domaine
- **Un défaut de coordination** encore perceptible dans certains domaines d'ICC
- **Une insuffisance de locomotives leaders** à très forte notoriété, au rayonnement international ; parallèlement, **un manque de reconnaissance des acteurs ICC moteurs** sur le territoire (de la part des pouvoirs publics notamment)
- **Un nombre limité d'évènement vitrine au rayonnement national et connu par le grand public** (notamment les touristes)
- **De nombreuses difficultés rencontrées par les acteurs sur le volet administratif**, un manque d'accompagnement / de formation ressenti
- **L'absence de réseau global ICC sur le territoire**
- **Des niveaux de qualité inégaux des équipements, parfois vieillissants ou mal adaptés aux productions contemporaines**
- **Un besoin d'équipement favorisant l'accueil et l'hébergement d'artistes pour la production** (en dehors du Nord de l'île)

OPPORTUNITES

- **La proximité avec la zone OI et les pays en forte croissance** → développement à l'export
- **L'accompagnement et la valorisation des savoir-faire / des pépites des ICC de l'île de la Réunion**
- **Le développement d'un nouveau type de tourisme**, en recherche d'activités liées à la culture et à la découverte de la créativité locale
- **La croissance programmée des ICC au plan mondial et national**
- **L'attachement identitaire et multiculturel**
- **Des liens potentiels entre les ICC et les thématiques choisies dans la S3** (Tourisme, numérique, ville durable et tropicale)
- **La Cité des Arts, un équipement structurant** pouvant favoriser l'interconnexion entre les disciplines artistiques et l'intensification des liens entre acteurs ...

MENACES

- **La concurrence de ces mêmes pays de la ZOI** (ex : construction d'une salle de spectacle vivant de 10 000 places à l'île Maurice, dont l'ouverture est prévue d'ici 2018)
- **Un marché local limité et arrivé à saturation pour un bon nombre de domaines des ICC réunionnais**
- **Un système de subventions / mécénat parfois compliqué à déchiffrer**
- **Le contexte économique difficile qui provoque la disparition des petites structures fragiles**
- **Une tendance à la rationalisation des dépenses pour tous les agents économiques** : ménages, entreprises, pouvoirs publics... des ICC potentiellement impactées
- **Quelles capacités de financement en dehors de la S3?**
- **... mais également « perturber » le fonctionnement des autres lieux de diffusion du spectacle vivant et de l'offre privée ?**

Main d'œuvre

- ▶ Poursuivre la professionnalisation des différents domaines des ICC

Appui des acteurs locaux

- ▶ Renforcer les dynamiques réseaux transversales entre les ICC
- ▶ Accompagner la diffusion des ICC réunionnais à l'export
- ▶ Renforcer l'accès aux financements

Conditions d'implantation

- ▶ Développer / organiser les lieux de création et de diffusion
- ▶ Assurer une couverture numérique de l'île, permettant le développement des ICC et des projets innovants liés

Infrastructures et projets









Environnement économique

- ▶ Renforcer les liens des ICC avec les autres pans de l'économie, en priorité le tourisme et le numérique

Image et qualité de vie

- ▶ Transformer l'image « traditionnelle » du territoire réunionnais grâce aux ICC

Attentes spécifiques des différents domaines d'activités des ICC à la Réunion (1/2)

Type d'acteurs	Poids	Spécificité	Attentes spécifiques
Edition, Livre			<ul style="list-style-type: none"> ✓ Un besoin d'ateliers pour permettre aux auteurs de créer et de se retrouver + centre de ressources / librairies spécialisées dans les ouvrages locaux ✓ Une démarche en cours de numérisation des fonds anciens nécessitant probablement un accompagnement
Cinéma & Audiovisuel			<ul style="list-style-type: none"> ✓ Un problème structurel du secteur sur la diffusion également présent à la Réunion : des réflexions en cours pour structurer collectivement la distribution du catalogue réunionnais (site web de référencement, création d'une structure locale de distribution, PF de VOD) ✓ Des actions pour favoriser les prestataires locaux pour les productions cinémas ✓ Des actions pour attirer les tournages à la Réunion
Musique & Spectacle vivant			<ul style="list-style-type: none"> ✓ Un besoin de lieux de résidence / de création pour les artistes et acteurs du secteur → pépinière ? ✓ Un accompagnement renforcé pour l'aide à l'export
Arts visuels			<ul style="list-style-type: none"> ✓ Un travail auprès des acteurs publics pour inciter à rémunérer les projets créés lors de réponses aux APO ✓ Des difficultés à valoriser les droits d'auteur, manque de formation au niveau administratif (enregistrement de l'activité, valorisation de la PI...) ✓ Des professions qui souffrent des activités « au noir » ou du statut auto-entrepreneur (photographes, designer...) demandant plus de vigilance sur la surveillance de ces activités ✓ Un manque de lieux de diffusions adaptés, et de professionnels régisseurs d'exposition

Attentes spécifiques des différents domaines d'activités des ICC à la Réunion (2/2)

Type d'acteurs	Poids	Spécificité	Attentes spécifiques
Création digitale et jeux vidéos			<ul style="list-style-type: none"> ✓ Des attentes concernant les AO publics dans le domaine du Patrimoine (ex : numérisation des musées réunionnais) → bâtir des AO découpés en lots, permettant aux acteurs réunionnais de se positionner ✓ Un besoin d'accompagnement des start-ups innovantes dans des démarches de levée de fonds
Architecture & Patrimoine			<ul style="list-style-type: none"> ✓ La valorisation de savoir-faire spécifiques des acteurs réunionnais sur le bâti durable et tropical ✓ Des connexions à renforcer avec les professionnels du tourisme et de l'aménagement
Communication & Diffusion			<ul style="list-style-type: none"> ✓ Des attentes en termes de formation pour certains domaines spécifiques (design, arts graphiques) ✓ D'autres attentes, pour bénéficier d'une « exception régionale » sur 2 aspects législatifs impactant le secteur au niveau local : <ul style="list-style-type: none"> ○ Obtenir l'éligibilité aux Emplois Jeunes Aidés (définie par le code APE de l'entreprise) ○ Bénéficier d'un allègement de la législation sur le nombre de stagiaire annuel autorisé → une démarche soutenue par les établissements de formation locaux

Mise en perspective des différents domaines sectoriels des ICC à la Réunion

3. Synthèse

Domaine sectoriel	Poids économique du secteur	Spécificité	Intérêt stratégique (Marketing territorial)	Liens avec les autres pans de l'économie
Edition, livre, presse	ETP Effet réseau	BD Livre Jeunesse		
Cinéma et audiovisuel	ETP Effet réseau			
Musique et spectacle vivant	ETP Effet réseau	Musiques actuelles Sega / maloya		
Arts visuels	ETP Effet réseau	Street art		
Architecture et patrimoine	ETP Effet réseau	Qualité du bâti dans un contexte tropical		
Communication et diffusion	ETP Effet réseau			
Création digitale et jeux vidéos	ETP Effet réseau	Service informatique / serious game		
Formation / recherche	ETP Effet réseau			
Domaines connexes	ETP Effet réseau			

Légende : niveau faible à niveau élevé

▼
Détails page suivante

Potentialités pour les ICC à la Réunion

Avec les autres pans de l'économie réunionnaise priorités dans la S3

3. Synthèse

Secteurs	Potentialités économiques du secteur	Opportunités du lien avec les ICC	Effort à fournir	Commentaires
TOURISME				<ul style="list-style-type: none"> ➤ Démarches à engager en priorité avec les acteurs des domaines suivants sur un plan d'actions pour la « mise en tourisme » : Musique / spectacle vivant, patrimoine, cinéma / audiovisuel (impact direct) ➤ Des actions à moyen / long terme avec les autres domaines
NUMERIQUE				<ul style="list-style-type: none"> ➤ Démarches à engager en priorité avec les acteurs des domaines suivants pour la diffusion des usages numériques / technologiques : création digitale / livre / cinéma et audiovisuel / patrimoine ➤ Une diffusion plus large aux autres domaines par opportunisme
BATI DURABLE				<ul style="list-style-type: none"> ➤ Domaine de l'architecture à cheval entre les 2 secteurs ➤ Des pépites travaillant dans le domaine de la création digitale au service de ce secteur

NB : Pour les indicateurs de couleur, lecture de gauche à droite : niveau faible à niveau élevé

▶ 3.2 Recommandations générales

FEDERATION / STRUCTURATION / MISE EN RESEAU DE L'ENSEMBLE DES ACTEURS DES ICC

► Plusieurs objectifs à la structuration des acteurs des ICC :

- Accompagner les porteurs de projet
- Assurer la communication et la diffusion de l'information
- Représenter les intérêts des ICC réunionnais à l'étranger
- Disposer d'une force de frappe pour commercialiser les créations réunionnaises, travailler sur l'export



► Une démarche facilitant les travaux transversaux avec les autres secteurs économiques de la Réunion

- En offrant un espace de partage et de consensus des ICC et une représentativité des acteurs
- En réalisant un travail de statistiques complet (à engager auprès de l'INSEE) permettant de mettre en avant le poids économique des ICC en région (au regard des autres activités)

Une forme restant à définir :

- Création d'un cluster des ICC à la Réunion ?
- Rôle à prendre par une agence régionale (opportunité de création de l'agence régionale artistique et culturelle) ?
- ...

Une coordination à construire avec les structures existantes (ex. agence film réunion, PRMA...)

La définition en cours du plan régional d'internationalisation des entreprises

TRANSVERSALITE AVEC LE TOURISME ET LE NUMERIQUE

► L'incitation à l'usage du numérique



Des démarches de l'ARTIC en cours, des domaines des ICC à prioriser pour lancer la dynamique ?...

► Le soutien aux projets transversaux, aux pépites des ICC



La mise en place d'un appel à projets ?

► La « mise en tourisme » des ICC



Un groupe projet à construire pour élaborer un plan d'actions

RENFORCEMENT DE LA FORMATION

- ▶ **Assurer la pérennité des formations existantes en local**
 - ▶ Une réflexion commune à mener entre l'ESIROI, l'EMOI, et les autres formations présentes sur le territoire (ILOI, INFOCOM...?)
 - ▶ Une meilleure lisibilité de la formation, une optimisation des soutiens publics
 - ▶ Le renforcement des liens avec l'université (ex. plateau multimédia)
- ▶ **Renforcer les compétences sur le volet administratif** (lancement d'activité, statut, comptabilité...) **et la valorisation de la propriété intellectuelle / droits d'auteurs**

ACCES AUX FINANCEMENTS

- ▶ **La nécessité d'accompagner les acteurs des ICC du fait :**
 - ▶ De la complexité des dossiers à monter, de leur transversalité
 - ▶ De la caractéristique des projets, qui n'entrent pas systématiquement dans la grille de lecture des opérateurs financiers
 - ▶ Du manque de trésorerie de la majorité des structures ICC réunionnaises
- ▶ **L'intérêt de créer un outil financier dédié aux ICC ?**

Un travail de sensibilisation auprès des acteurs du financement

Des démarches facilitées avec la mise en place récente du guichet unique à la Réunion pour les aides européennes et régionales

INFLEXION DE LA STRATEGIE AVEC LE CHOIX D'UNE ou PLUSIEURS THEMATIQUE(S) PORTEUSE(S) D'IMAGE

- ▶ Une démarche déjà prise en ce sens pour l'audiovisuel et le cinéma
- ▶ D'autres thématiques potentielles : Musique ? Bâti tropical ? BD & Livre Jeunesse ?..

- ▶ INTRODUCTION

- ▶ 1 – ELEMENTS DE CONTEXTE SUR LES INDUSTRIES CULTURELLES ET CREATIVES

- ▶ 2 – ETAT DES LIEUX DE LA FILIERE ICC A LA REUNION

- ▶ 3 – SYNTHESE ET RECOMMANDATIONS (premières pistes)

▶ ANNEXES

► **Annexe 1 : sources et contacts**

► Documentation et études consultées

- Base de données Beyond (INSEE), Dénombrement d'établissements au 1^{er} janvier 2011 et au 1^{er} janvier 2013
 - Basé sur le répertoire SIRENE (entreprises, associations, organismes...)
- Base de données CLAP (INSEE) au 31/12/10, dénombrement des emplois
- CCEE, Place de l'activité culturelle dans l'économie de la Réunion, avril 2008
- CCEE, Les pratiques artistiques et les fréquentations culturelles des Réunionnais-es, novembre 2013
- CCI Ile de la Réunion, Etude d'impact économique du « Leu Tempo Festival » 2013, octobre 2013 + statistiques transmises
- Chambre de Métiers et de l'Artisanat Région Réunion, Notes sectorielles / l'artisanat d'art en 2013
- Conseil Régional de la Réunion, Schéma régional de la lecture publique et de la littérature réunionnaise, novembre 2013
- Conseil Régional de la Réunion, Elaboration du schéma régional des enseignements artistiques, juin 2012
- Conseil Régional, Schéma régional des salles et lieux de création et diffusion du spectacle vivant de la Réunion, juillet 2014 (NB : diagnostic réalisé par le cabinet Sofred Consultants)
- Fédération des lieux de spectacle vivant de la Réunion, Données statistiques et territoriales sur l'année 2012
- IEDOM, La Réunion – Rapport annuel 2013, 2014
- Innovons la Réunion, Vers une stratégie de spécialisation intelligente pour la Réunion, 2014
- INSEE, Bilan économique 2013 – La croissance reste faible, 2014
- INSEE, Tableau Economique de la Réunion, 2014
- IPSOS Océan Indien, Observatoire du marché publicitaire à la Réunion, mars 2012
- Ministère de l'Intérieur, la librairie et l'accès au livre dans les départements d'outre-mer, juin 2014
- NUPA Réunion, Etude sur la Numérisation du Patrimoine à la Réunion, décembre 2007
- Synthèse, La filière TIC à la Réunion, Juillet 2014

► Bibliographie interne Katalyse

► Informations reçues lors des entretiens (chiffres clés, retombées, plaquettes de présentation, etc.)

Caractérisation des ICC à la Réunion

Indicateurs de redressement pour le calcul de l'emploi

Annexe 1

- **Exploitation des fichiers INSEE Beyond La Réunion « Connaissance de l'appareil productif local » et « Dénombrement d'établissements au 1^{er} janvier 2011 » (retraitement fichier SIRENE)**

Code catégorie	Intitulé	Emplois salariés 2010 (source : CLAP)	Etablissements 2011 (source : BEYOND)	Emplois / établissement
18	Imprimerie et reproduction d'enregistrements	686	249	2,8
32	Autres industries manufacturières	326	112	2,9
47	Commerce de détail, à l'exception des automobiles et des motocycles	18 751	8 129	2,3
58	Édition	591	116	5,1
59	Production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision - enregistrement sonore et édition musicale	206	214	1,0
60	Programmation et diffusion	608	51	11,9
62	Programmation, conseil et autres activités informatiques	258	375	0,7
63	Services d'information	245	97	2,5
71	Activités d'architecture et d'ingénierie - activités de contrôle et analyses techniques	1763	978	1,8
73	Publicité et études de marché	559	421	1,3
74	Autres activités spécialisées, scientifiques et techniques	189	484	0,4
79	Activités des agences de voyage, voyagistes, services de réservation et activités connexes	648	133	4,9
85	Enseignement	49 300	2 370	20,8
90	Activités créatives, artistiques et de spectacle	460	279	1,7
91	Bibliothèques, archives, musées et autres activités culturelles	396	23	17,2
93	Activités sportives, récréatives et de loisirs	1441	623	2,3
94	Activités des organisations associatives	7104	615	11,6

Méthode

Calcul d'un coefficient moyen d'emplois par établissement pour chaque grande catégorie utilisée dans le périmètre de l'étude



Application de ce coefficient pour déterminer l'emploi dans chaque catégorie NAF...



... sauf dans certains cas particuliers où le coefficient est jugé inadapté et retraité individuellement

Codes NAF & Libellés	Emplois / établissement	
	La Réunion	
8559B Autres enseignements	1,0	<i>Estimation Katalyse</i>
9499Z Autres organisations fonctionnant par adhésion volontaire	1,0	<i>Estimation Katalyse</i>
8552Z Enseignement culturel	6,7	<i>Schéma Régional de l'Enseignement Artistique</i>

Caractérisation des ICC à la Réunion

Réponses de l'enquête en ligne

Annexe 1

Exploitation de l'enquête en ligne : points de vigilance

- ▶ Un taux de retour de 13,2 % (30 réponses), un effectif cumulé de 380 personnes et un CA cumulé de 19,5 M €
- ▶ Une faible représentativité de l'échantillon sauf pour le Cinéma & Audiovisuel et la Formation (cf. encadré ci-contre)
- ▶ Dans l'échantillon, un fort écart-type constaté pour le chiffre d'affaires et la valeur ajoutée → extrapolation difficile
- ▶ La difficulté d'exploiter chaque question de l'enquête
 - ▶ Taux de retour variable selon les questions

Domaine d'activité et nombre de réponses		Représentativité de l'échantillon
Architecture & Patrimoine	5	1,4 %
Arts Visuels	4	1 %
Communication & Diffusion	2	0,4 %
Edition, Livre & Presse	1	0,3 %
Musique & Spectacle vivant	2	0,8 %
Cinéma & Audiovisuel	7	3,9 %
Création digitale	3	1,5 %
Formation, Enseignement & Recherche	5	3,5 %
Domaines connexes	1	0,2 %

Les tendances principales des résultats

Majoritairement des sociétés ayant quelques caractéristiques communes

- ▶ Des structures encore jeunes (40 % ayant été créées depuis 2010)
- ▶ Des effectifs de petite taille (plus de 50 % avec moins de 5 emplois)

Des formes d'emploi variées

- ▶ Une majorité de CDI (47 %) et d'intermittents (39 %)
- ▶ Peu de CDD (5 %) et de bénévoles (2 %)

Des acteurs appartenant généralement à au moins un réseau

- ▶ ARTIC et Agence Film Réunion étant les principaux réseaux cités

Un sentiment d'appartenance à la filière ICC partagé mais aucune impression de structuration de cette filière

La moitié des acteurs ont fait ressortir des besoins et attentes parmi ceux proposés...

- ▶ Un besoin d'aide et d'accompagnement à la conquête de nouveaux marchés (notamment à l'export)
- ▶ Un besoin de structuration et d'animation de la filière ICC

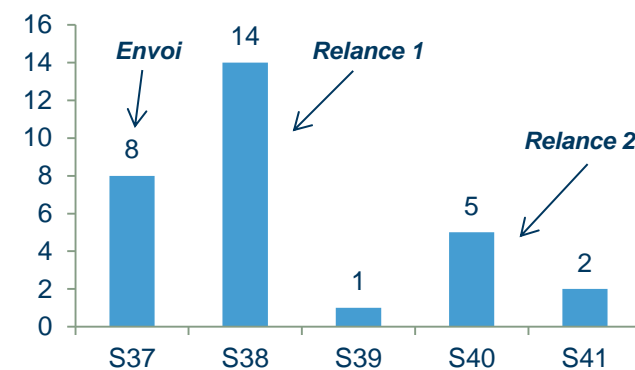
...et quelques actions à mettre en place

- ▶ Des actions au niveau de la formation et de la mutualisation des services et moyens

La difficulté de trouver des acteurs clés dans le secteur des ICC à la Réunion

- ▶ Des acteurs issus de nombreux domaines des ICC ayant été cités par les répondants...
- ▶ ...mais aucun nom ne revenant plusieurs fois à l'exception de Sakifo (2 fois)

Evolution du nombre de réponses à l'enquête en ligne – affichage par semaine



Type d'acteur	Structure	Nom	Prénom	Fonction
Acteurs institutionnels	Etat : Direction des affaires culturelles Océan Indien (DAC OI)	NEGRIN	Stéphane	Conseiller théâtre, cinéma, audiovisuel
	Conseil Régional	JASMIN	Sophie	Directrice de la Culture et du Patrimoine Culturel
	Conseil Général	CHANE-KUNE	Catherine	Directrice
	CINOR	OUNE-BIVE BUHOT	Philippe Raphaël	Directeur affaires culturelles Chef de projet Cité des Arts
	Mairie de Saint-Denis	HOARAU	Stéphane	Directeur affaires culturelles
Acteurs Recherche-Formation	Laboratoire de recherche sur les espaces Créoles et Francophones (LCF) / Observatoire des pratiques culturelles (OPCRUN)	NOEL-CADET REBEYROTTE	Nathalie Jean-François	Chercheurs
	Jeudi Formation	SOLER	Nathalie	Responsable
	Lycée Roland Garros - BTS Design de mode	KURASZEWSKI	Isabelle	Responsable BTS Design de mode
Edition, Livre	La Réunion des Livres	VALLÉE	Philippe	Président
	Groupe Réunion de l'Association des Bibliothécaires de France	KOO SEEN LIN	Linda	Présidente
	DES BULLES DANS L'OCEAN	SCHNEIDER	Jean-Luc	Gérant
	Moka éditions	JORDAN	Pierre Yves	Gérant
	LIBRAIRIE PAPETERIE GERARD	KOENIG	Olivier	Gérant
	SAS AUTREMENT	MOLLAN	Imran	Directeur général

Type d'acteur	Structure	Genre	Nom	Prénom	Fonction
Musique & Spectacle vivant	SACEM (Société des Auteurs, Compositeurs et Editeurs de musique)	Musique & Spectacle vivant	MATHIEU	Patrick	Directeur
	Pôle régional des musiques actuelles (PRMA)	Musique & Spectacle vivant	COURBIS PONCELET BOURMAULT	Alain Romain Laurent	Directeur Chargé des dispositifs Administration
	Plateforme Réunion Danse	Spectacle Vivant	MICHEL	Virginie	Présidente
	SAKIFO PRODUCTIONS	Musique & Spectacle vivant	GALABERT	Jérôme	Directeur
	LEU TEMPO FESTIVAL (LE SECHOIR)	Musique & Spectacle vivant	LERMENE	Claude	Directeur du Séchoir
	Association Les ELECTROPICALES	Musique & Spectacle vivant	BORDESE	Thomas	Directeur du Festival
	Espace culturel de Champ Fleuri	Spectacle Vivant	FAILLE	Bernard	Directeur Adjoint
Arts visuels	Groupement National des Photographes Professionnels (GNPP)	Arts visuels	WOLFF	Daniel	Président
	Espace de Recherche et de Création en Arts Actuels (LERKA)	Arts visuels	DU VIGNAUX	Antoine	Président
	FRAC : Fonds Régional d'Art Contemporain	Arts Visuels	POUNIA	Colette	Directrice
	Alliance française des designers	Design	BOCQUILLON	Jeff	Correspondant Réunion
Architecture & Patrimoine	Conseil en Architecture, en Urbanisme, et en Environnement (CAUE)	Architecture, Patrimoine	MOREL	Catherine	Directrice des études

Type d'acteur	Structure	Nom	Prénom	Fonction
Cinéma & Audiovisuel	Agence Film Réunion	RANDRESY	Alain	Consultant cinéma - audiovisuel
	ILOI	SÉRAPHINE	Alain	Directeur
	URPAC (Union Réunionnaise des Producteurs de l'Audiovisuel et du Cinéma)	PERNELLE	Jean-Marie	Producteur
	APAR (Association des Producteurs, Auteurs et Réalisateurs Réunionnais)	EYRIEY	Fred	Producteur
	Zot Movie Festival (Association LA SAUCE)	DARBON	Arnaud	Président
Communication & Diffusion	Association des Agences Conseils en Communication (AACC) Outre-mer	BOUTIN	Fabrice	Président
	ECOLE DES MEDIAS DE L'OCEAN INDIEN (EMOI)	BENARD	Cindy	Secrétaire administrative
	GROUPE H2R	PEGUILLANT	Sylvain	Président
Création digitale et jeux vidéos	DARIE Productions	DARIE	Lionel Jean	Gérant
	Gamayun productions / Bouftang	BROCHART	Thierry	Gérant
	Aurélien Picolet	PICOLET	Aurélien	
	CLICK'R	SCHNÖLLER	Fabrice	Associé-gérant
Autres secteurs économiques	ARTIC	ARNAUD	Philippe	Président
	Chambre des métiers et de l'artisanat	LEMAGNEN	Emmanuel	Rep. Métiers d'Arts
	CCI de la Réunion, Observatoire Economique	JAVEGNY	David	
	UHR (Union des Hôteliers de la Réunion)	MANSON	Fabrice	Président
	NEXA	STERN	Véronique	Chargée de Mission Innovation
	ADIR	DELMONT	Françoise	Secrétaire Générale
	RD2A	LE NIVET	Marie-Noëlle	
Commission de l'Océan Indien (COI)	ESPITALIER-NOËL	Véronique	Chargée de Mission identité indianocéanique	

Participants aux Ateliers de Travail (17-20 novembre 2014)

Thématique Atelier	Structure		Nom	Prénom	Fonction
TIC	ARTIC	M.	ARNAUD	Philippe	Président
	REUNIVEILLE	M.	DASILVA	Franck	
	Région : direction de la culture et du patrimoine culturel/Pôle Grands Projets	Mme	RABANEDA	Marie-Angèle	Chef de projets culturels
	Etat : Préfecture - SGAR	M.	TOMASINI	Jean-Jacques	
	ABACUS CONSEIL	M	LONGIN	Olivier	
	UNIVERSITE DE LA REUNION	M	CONRUYT	Noel	
	ORD (OCEATOON)	M	KATELBACH	Tibor	
Tourisme	IRT / ORT (Observatoire régional du Tourisme)	M	VINCENT	Raoul	Responsable
	IRT	Mme	TRABY	Luida	
	Club du Tourisme (association des professionnels du Tourisme)	MME	DURVILLE	Sophie	
	Club du Tourisme (association des professionnels du Tourisme)	MME	GENIN	Candice	Chargée de mission
Autres secteurs économiques	GROUPE H2R	M.	PEGUILLANT	Sylvain	Directeur Général du Groupe H2R

Participants à la Réunion de Restitution du 21 novembre 2014 (1/2)

Annexes

Acteurs	Genre	Nom	Prénom
Etat : Préfecture - SGAR	M.	TOMASINI	Jean-Jacques
Etat : Direction des affaires culturelles Océan Indien (DAC OI)	M.	NEGRIN	Stéphane
Région : direction de la culture et du patrimoine culturel/Pôle Grands Projets	Mme	RABANEDA	Marie-Angèle
Région : DGA économie-tourisme-international	Mme	NONET	Joëlle
Nexa	M.	LORION	Frédéric
Nexa	Mme	GRIMOIRE	Rekha
Département : Direction de la Culture et du Sport	Mme	Bardeur-Zandy	Nelly
CINOR- AFFAIRES CULTURELLES, SOCIALES et SPORTIVES	M.	BUHOT	Raphaël
RMR Réunion des Musées Régionaux	M.	VAN DOREN	Olivier
Mairie de Saint-Pierre : Département Culture	Mme	Morby-Nayagom	Nathalie
Mairie de Saint-Pierre : Département Culture	M.	Goursalo	Patrice
Université – Laboratoire de recherche sur les espaces Créoles et Francophones (LCF) : Observatoire des pratiques culturelles (OPCRUN)	M.	REBEYROTTE	Jean-François
Jeudi Formation	MME	SOLER	Nathalie
Run Formation	M.	CATAPOULE	Vincent
La Réunion des Livres (Association interprofessionnelle des métiers du livre à La Réunion)	MME	BERTHIER	Colette
Groupe Réunion de l'Association des Bibliothécaires de France	MME	KOO SEEN LIN	Linda
DES BULLES DANS L'OCEAN	M.	SCHNEIDER	Jean-Luc
LIBRAIRIE PAPETERIE GERARD	M.	KOENIG	Olivier
SACEM (Société des Auteurs, Compositeurs et Editeurs de musique)	M.	MATHIEU	Patrick
Pôle régional des musiques actuelles (PRMA)	M.	GALABERT	Jerome
Pôle régional des musiques actuelles (PRMA)	M.	COURBIS	Alain
Pôle régional des musiques actuelles (PRMA)	M.	SAMSON	Guillaume

En bleu : structure interrogée durant la Phase 1

Participants à la Réunion de Restitution du 21 novembre 2014 (2/2)

Annexes

Acteurs	Genre	Nom	Prénom
Plateforme Réunion Danse	MME	MICHEL	Virginie
Plateforme Réunion Danse	MME	Plantey	Mélanie
SAKIFO PRODUCTIONS = dans le prma aussi	M.	GALABERT	Jérôme
Association Les ELECTROPICALES	M.	BORDESE	Thomas
SCENE CONVENTIONNEE LES BAMBOUS	M.	ROBIN	Frédéric
Espace de Recherche et de Création en Arts Actuels (LERKA)	M.	DU VIGNAUX	Antoine
Espace de Recherche et de Création en Arts Actuels (LERKA)	M.	CERITO	David
Alliance française des designers	M.	BOCQUILLON	Jeff
Conseil régional de l'ordre des architectes (CROAR)	M.	BOYER	Frédéric
URPAC (Union Réunionnaise des Producteurs de l'Audiovisuel et du Cinéma)	M.	PERNELLE	Jean-Marie
APAR (Association des Producteurs, Auteurs et Réalisateurs Réunionnais)	M.	EYRIEY	Fred
ECOLE DES MEDIAS DE L'OCEAN INDIEN (EMOI) GROUPE H2R	M.	PEGUILLAN	Sylvain
ECOLE DES MEDIAS DE L'OCEAN INDIEN (EMOI) GROUPE H2R	M.	AUZOLES	Thierry
Gamayun productions / Bouftang	M.	BROCHART	Thierry
CCI / CRITT	M.	CHATELET	Pierre
RD2A	MME	LE NIVET	Marie-Noëlle
UMIH (Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie de la Réunion)	M	Doki Thonon	Philippe
ORT (Observatoire régional du Tourisme)	M	RAOUL	Vincent

En bleu : structure interrogée durant la Phase 1

► **Annexe 2 : données complémentaires**

Liste et intitulé des codes NAF retenus dans l'étude :

Découpage par domaine sectoriel (1/2)

Domaines sectoriels	Codes NAF & Libellés
Architecture & Patrimoine	7111Z Activités d'architecture
	9102Z Gestion des musées
	9101Z Gestion des bibliothèques et des archives
	9103Z Gestion des sites et monuments historiques et des attractions touristiques similaires
	9104Z Gestion des jardins botaniques et zoologiques et des réserves naturelles
Arts visuels	7410Z Activités spécialisées de design
	7420Z Activités photographiques
	9003A Création artistique relevant des arts plastiques
	9003B Autre création artistique
Communication & Diffusion (pub, TV, radio)	6010Z Édition et diffusion de programmes radio
	6020A Édition de chaînes généralistes
	6020B Édition de chaînes thématiques
	7311Z Activités des agences de publicité
	7312Z Régie publicitaire de médias
Edition, Livre, Presse	1811Z Imprimerie de journaux
	1813Z Activités de pré-presse
	4761Z Commerce de détail de livres en magasin spécialisé
	4762Z Commerce de détail de journaux et papeterie en magasin spécialisé
	5811Z Édition de livres
	5813Z Édition de journaux
	5814Z Édition de revues et périodiques
	5819Z Autres activités d'édition
	6391Z Activités des agences de presse

Liste et intitulé des codes NAF retenus dans l'étude :

Découpage par domaine sectoriel (2/2)

Domaines sectoriels	Codes NAF & Libellés
Musique & Spectacle vivant	3220Z Fabrication d'instruments de musique
	9001Z Arts du spectacle vivant
	5920Z Enregistrement sonore et édition musicale
	1820Z Reproduction d'enregistrements
	9002Z Activités de soutien au spectacle vivant
	9004Z Gestion de salles de spectacles
Cinéma & audiovisuel	5911A Production de films et de programmes pour la télévision
	5913B Edition et distribution vidéo
	5911B Production de films institutionnels et publicitaires
	5911C Production de films pour le cinéma
	5912Z Post-production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision
	5913A Distribution de films cinématographiques
	5914Z Projection de films cinématographiques
Création digitale et jeux vidéos	5829A Édition de logiciels système et de réseau
	5829B Edition de logiciels outils de développement et de langages
	5829C Edition de logiciels applicatifs
	6201Z Programmation informatique
	6312Z Portails Internet
	5821Z Édition de jeux électroniques
Formation, Recherche	8552Z Enseignement culturel
	8542Z Enseignement supérieur
	8559B Autres enseignements
Domaines connexes (activités transversales)	7490_ Autres activités spécialisées, scientifiques et techniques n.c.a.
	7990Z Autres services de réservation et activités connexes
	9329Z Autres activités récréatives et de loisirs
	9499Z Autres organisations fonctionnant par adhésion volontaire
	6202A Conseil en systèmes et logiciels informatiques

Liste et intitulé des codes NAF retenus dans l'étude :

Découpage par maillon de la chaîne de valeur

Producteurs de contenus

7111Z Activités d'architecture
7410Z Activités spécialisées de design
7420Z Activités photographiques
9003A Création artistique relevant des arts plastiques
9003B Autre création artistique
7311Z Activités des agences de publicité
7312Z Régie publicitaire de médias
5811Z Édition de livres
5813Z Édition de journaux
5814Z Édition de revues et périodiques
5819Z Autres activités d'édition
6391Z Activités des agences de presse
5821Z Édition de jeux électroniques
3220Z Fabrication d'instruments de musique
9001Z Arts du spectacle vivant
5920Z Enregistrement sonore et édition musicale
1820Z Reproduction d'enregistrements
9002Z Activités de soutien au spectacle vivant
5911A Production de films et de programmes pour la télévision
5913B Edition et distribution vidéo
5911B Production de films institutionnels et publicitaires
5911C Production de films pour le cinéma
5912Z Post-production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision
5829A Édition de logiciels système et de réseau
5829B Edition de logiciels outils de développement et de langages
5829C Edition de logiciels applicatifs
6201Z Programmation informatique
9499Z Autres organisations fonctionnant par adhésion volontaire

Diffuseurs de contenus "classiques"

9101Z Gestion des bibliothèques et des archives
4761Z Commerce de détail de livres en magasin spécialisé
6010Z Édition et diffusion de programmes radio
6020A Édition de chaînes généralistes
6020B Édition de chaînes thématiques
4762Z Commerce de détail de journaux et papeterie en magasin spécialisé
5913A Distribution de films cinématographiques
5914Z Projection de films cinématographiques
6312Z Portails Internet

Diffuseurs de contenus spécifiques

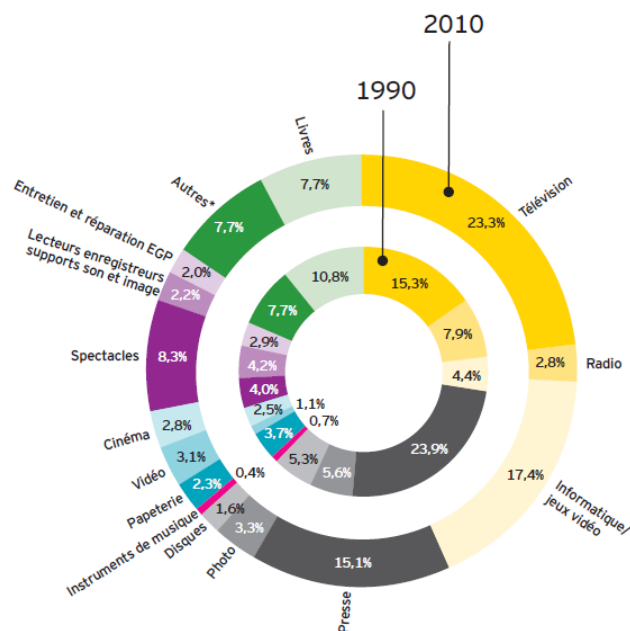
9102Z Gestion des musées
9103Z Gestion des sites et monuments historiques et des attractions touristiques similaires
9104Z Gestion des jardins botaniques et zoologiques et des réserves naturelles
9004Z Gestion de salles de spectacles

Formation, Recherche et Fonctions Supports

8552Z Enseignement culturel
8542Z Enseignement supérieur (architecte, écoles d'arts, journalisme, TIC...)
8559B Autres enseignements (informatique, ILOI...)
Fonctions Supports :
1811Z Imprimerie de journaux
7490_ Autres activités spécialisées, scientifiques et techniques n.c.a.
7990Z Autres services de réservation et activités connexes
9329Z Autres activités récréatives et de loisirs
1813Z Activités de pré-presses
6202A Conseil en systèmes et logiciels informatiques

Evolution de la répartition de la consommation de biens et services culturels en France et à la Réunion

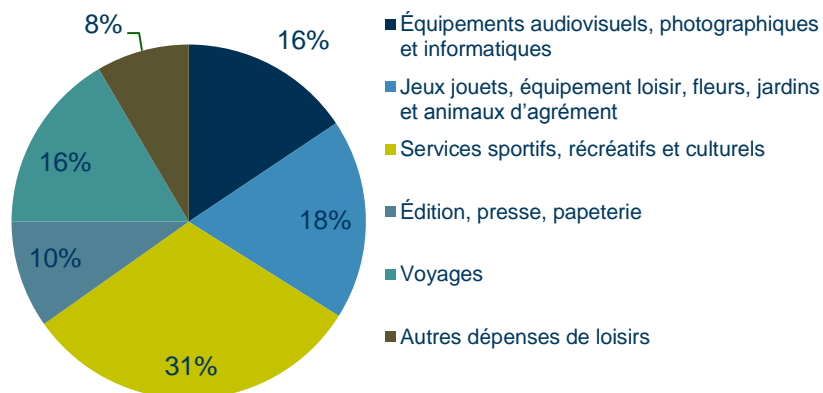
Répartition de la consommation des biens et services culturels par poste de dépenses



- ▶ 8,4 % des dépenses de consommation des ménages en 2011 en France sont des dépenses culturelles et de loisirs
- ▶ Evolutions depuis 1990:
 - ▶ Augmentation des dépenses liées à la TV
 - ▶ Presque ¼ de la consommation totale de culture en 2010
 - ▶ Multiplication par 4 des dépenses liées à l'informatique et aux jeux vidéo
 - ▶ Multiplication par 2 des dépenses pour le spectacle vivant
 - ▶ Baisse de plus de 2/3 des ventes de disques
 - ▶ Diminution de plus d'1/3 des dépenses liées à la presse
 - ▶ Diminution de plus de la moitié des dépenses liées à la radio
 - ▶ Stabilité des dépenses dans le cinéma et le livre

Répartition des dépenses « Loisirs et culture » à la Réunion en 2011

Sources : INSEE, retraitements KATALYSE



L'absence du même niveau de détail d'information pour la région Réunion rend délicate la comparaison de la consommation de biens et services culturels

- ▶ Un budget annuel de 1 974 € par ménage pour les loisirs et la culture à la Réunion en 2011
 - ▶ 8,8 % des dépenses annuelles d'un ménage
 - ▶ Un tiers est consacré à la consommation d'activités sportives, récréatives ou culturelles
 - ▶ Le coût des équipements pour la pratique de ces différentes activités représente plus d'un tiers du budget

Source: 1^{er} panorama des ICC, Ernst & Young

► **Annexe 3 : zoom par domaines d'activités des ICC à la Réunion**

► Un secteur riche, mais fragile

- Une bonne couverture territoriale des lieux de lecture publique, des librairies...
- Le développement de la création et de l'édition locale...
- ... mais un secteur en perte de vitesse économique (à l'instar des tendances nationales)

► 2 domaines moteurs et dynamiques à la Réunion

- **La bande dessinée**
 - Festival Cyclone BD, ayant lieu tous les 2 ans (porté par l'association de même nom, 285 adhérents) : 200 auteurs présents, la venue sur la région de nombreux professionnels (éditeurs...)
- **Le livre jeunesse**
 - Un travail de diffusion / sensibilisation mené notamment par les médiathèques (club bébé lecteur, accompagnement des scolaires, enfance et musique, screen kids...)
 - Des initiatives municipales favorables ; ex. La mairie de St Paul qui offre un livre jeunesse à Noël à tous les élèves des classes primaires

► 3 principaux Festivals

- **Le Cyclone BD**
- **Le salon Athéna, organisé par la Mairie de St Pierre** (1ère édition en 2013)
- **Le Salon du Livre de Jeunesse de l'Océan Indien, organisé par l'Association des Documentalistes de la Réunion (ADPEN), attirant chaque année ≈20 000 pers.**

► Quelques initiatives / faits notables :

- **La traduction de BD (Astérix, etc.) en langue créole par Epsilon Editions**
- **La mise à disposition auprès des établissements scolaires d'une malle contenant une vingtaine de livres par l'association Des Livres et des Iles (3 éditeurs) (*confidentiel*)**
 - Mode de diffusion unique mis en place depuis septembre 2014 pour faire connaître le livre réunionnais auprès des écoles
 - Proposition d'animations diverses (spectacle, musique) autour du livre par les membres de l'association
- **Une part de plus en plus importante consacrée aux œuvres réunionnaises dans les points de vente**

377 établissements et 1 239 emplois (CA annuel estimé entre 10 et 20 M€)

- **34 librairies indépendantes identifiées :**
 - dont 3 détenteurs du label LIR
 - dont seulement une 10aine ayant une capacité à répondre aux AO publics et à importer des livres en propre
- **2 grands acteurs de la distribution :** Agora (7 points de ventes), France Loisirs
- **22 maisons d'édition**
- **300 auteurs à la Réunion mais seulement environ 80 auteurs ayant prétention à être publiés, et 5-10 pouvant vivre de leur œuvre**
 - 40 à 50 auteurs dans le monde de la BD, quasiment aucun professionnel ; la moitié ayant publié à la Réunion, moins d'une 10aine en métropole
- **Accompagnement des pouvoirs publics**
 - Soutien de la Région : dispositif d'aide à l'édition
 - Soutien de la DAC OI
- **Exemples d'acteurs :**
 - Librairies : Autrement, Gérard, Agora
 - Edition: Orphie Editions, Epsilon, Océan Editions
 - Formation aux auxiliaires de bibliothèques (20aine de personnes / an)
- **Thématiques / secteurs dominants :**
 - La bande dessinée
 - Le livre jeunesse (15-20 % des ventes en librairie)

Sources : INSEE Beyond 2013 – retraitement Katalyse, entretiens Katalyse, Schéma régional

► Une dynamique fédérative en cours de constitution...

► La Réunion des Livres : une association interprofessionnelle des métiers du Livre

- Une structure créée en 2007, regroupant aujourd'hui 70 adhérents à tous les niveaux de la chaîne de valeur (auteurs, éditeurs, libraires, bibliothécaires...)
- Plusieurs missions : favoriser les synergies entre les acteurs réunionnais, contribuer aux rayonnements des œuvres locales à l'export (accompagnement d'auteurs sur les salons etc.), tisser des liens avec les autres acteurs de la zone OI

► La démarche en cours pour regrouper les structures Bdistes au niveau de la Zone Océan Indien

- L'objectif étant de gagner en visibilité et en crédibilité au niveau international, de faire reconnaître la créativité spécifique de cette zone
- La nécessité pour l'instant d'accompagner les autres pays dans la mise en place de structures associatives représentatives (en cours sur Maurice et Madagascar)

► D'autres structures d'appuis, propres aux différents métiers du livre

- Pour la lecture publique : ADBEN, ABF
- Pour les auteurs : l'UDIR (Union de la Défense de l'Identité Réunionnaise)
- Pour les libraires : Absence de réseau structuré, mais parfois mise en relation informelle pour défendre un intérêt commun (ex : prix unique du livre, relation avec le transitaire...)

► ...S'appuyant sur l'existence d'interconnexions entre les différents maillons de la chaîne du livre

- Ex : des auteurs intervenant ponctuellement dans les librairies, les bibliothèques (séances de dédicace, ateliers...)
- Ex: la participation des grandes librairies de l'île aux événements et festivals locaux (organisation de séance de dédicaces, stand de ventes...)
- Ex : des libraires répondant aux AO des bibliothèques, médiathèques...

► Une interaction limitée avec les autres domaines ICC, en dehors d'initiatives ponctuelles

- Des liens plus ou moins naturels avec le secteur de la musique : illustration de pochettes, affiches pour les concerts, stands durant les festivals...
- Quelques liens avec les arts visuels, les bibliothèques / médiathèques pouvant servir de lieu d'exposition (ex : la médiathèque du Tampon organisant la Semaine de l'Art contemporain)

► Des liens peu marqués avec les autres pans de l'économie

- Très peu de démarche locale sur le numérique par les professionnels, le modèle économique n'ayant pas vraiment encore été trouvé...
- ...par contre des initiatives portées par les médiathèques pour initier les lecteurs à l'usage du numérique (prêt de liseuses, mise en place de PF de téléchargement...)
- Une vocation éducative du livre qui peine à trouver un ancrage local : préférence des écoles pour les grands éditeurs type Gallimard et manque de visibilité des maisons d'édition réunionnaises

EN CONCLUSION

- A l'instar d'autres domaines, une structuration en cours des auteurs et de la production (l'amont de la chaîne de valeur)
- Un secteur fonctionnant en « vase clos », interagissant peu avec les autres domaines ICC et les autres pans de l'économie
- La nécessité de renforcer la ligne éditoriale, notamment sur le livre jeunesse et le livre d'adultes, et d'accompagner les acteurs à l'export
- Un soutien limité du secteur public, malgré la mise en place récente d'un schéma régional de la lecture publique et de la littérature par la Région et la DAC OI

► Un domaine comprenant peu d'acteurs aux différents niveaux de la chaîne de valeur

- Une 20aine d'artistes contemporains « professionnels » estimée à la Réunion
- Quelques dizaines d'artistes indépendants (intermittents, freelance) dans différents domaines
- 1 ou 2 galeristes sur le territoire, mais ne mettant pas nécessairement en avant la production locale
- Un marché de l'art peu visible
- Des acteurs du design difficile à quantifier, étant donnée la prédominance d'auto-entrepreneurs / freelance dans ce domaine

► Un manque de lieux de diffusion adaptés aux arts visuels

- Quelques structures existantes, mais mal adaptées à l'art contemporain et/ou difficilement accessibles : ex. artothèque, Médiathèque du Tampon, Espace Karambol...
- Parallèlement, un manque de personnel qualifié pour l'organisation technique d'une exposition (très peu de régisseurs et de technicien-régisseurs)
- Des artistes enclins à exploiter tous les espaces disponibles, à travailler sur le patrimoine culturel ou naturel, mais qui ne trouvent pas forcément écho auprès des responsables

► Deux grandes structures supports pour les arts visuels

- **Le LERKA : seul lieu dédié à la création et à l'hébergement d'artistes**
 - Une 50aine d'artistes suivis et accompagnés depuis 10 ans
 - Accompagnement / formation des artistes sur leurs démarches administratives (Maison des Artistes en dehors du territoire) et créatives (ex. montage d'une expo...)
 - Réflexion collective sur la création
- **Le FRAC : Fonds Régional de l'Art Contemporain**
 - 3 missions principales : L'acquisition d'œuvres, la diffusion au plus grand nombre (dans les écoles, les mairies, les prisons...), la sensibilisation à l'art contemporain (notamment en milieu scolaire)
 - Un travail d'accompagnement des artistes réunionnais à l'export, notamment en étant présent sur des salons (Ex : la « Art Fair » de Johannesburg)
 - Une volonté du FRAC de faire rayonner l'art de l'Océan Indien (et non uniquement celui de la Réunion)

► Pas d'évènementiel majeur sur l'île ; quelques dynamiques néanmoins perceptibles

- La mise en place de la « Semaine de l'Art Contemporain », sous l'impulsion de la médiathèque du Tampon
- La volonté du FRAC d'organiser annuellement une expo d'envergure (> 1 000 m²) consacrée à l'art réunionnais

407 établissements et 287 emplois

- 200 photographes inscrits à la CMA
- **Accompagnement des pouvoirs publics** : Région, DAC OI
- **Exemples d'acteurs** :
 - Alliance française des designers (6 membres)
 - LERKA (30aine d'adhérents – 1 salariée)
 - Associations culturelles : Constellation, Cheminement...
 - Groupement des photographes à la Réunion (20aine d'adhérents)
- **Thématiques / secteurs dominants** :
 - Des artistes reconnus dans le « street art » : ex. Jace, Kidkreol et Boogie

- ▶ **Mise en réseau des acteurs : l'absence dans les arts visuels de réseau « officiel »**
 - ▶ Des associations culturelles remplissant ce rôle de relai (ex; Constellation, Cheminement)
 - ▶ Très peu de liens/de projets communs entre les différentes disciplines des Arts visuels (Design, Art Contemporain, Photo...)

- ▶ **Relation entre acteurs des ICC**
 - ▶ Très peu de relation avec les autres domaines des ICC, au-delà des relations personnelles individuelles
 - ▶ Quelques projets ponctuels avec les « Événementiels »
 - ▶ Ex : Espace exposition dans les festivals (Sakifo, Leu Tempo...), Travaux des designers dans le secteur culturel...
 - ▶ Une volonté du FRAC de se rapprocher des acteurs du patrimoine (projet de créations d'espaces d'arts contemporains au sein des Musées)

- ▶ **Relation avec les autres pans de l'économie**
 - ▶ Des démarches / discussions auprès des acteurs du tourisme, pour valoriser les créations artistiques dans les parcours touristiques n'ayant jamais abouti (ex. travail sur des balades repensées et commentées dans les hauts, avec mise en scène des pitons...)
 - ▶ Des propositions également faites auprès des aménageurs / urbanistes pour travailler de concert sur l'aménagement urbain et son utilisation n'ayant pas donné suite
 - ▶ Très peu de liens entre le secteur industriel et les designers (prédominance du design graphique et numérique)

EN CONCLUSION

- Un domaine des ICC à la Réunion moins structuré : regroupement de créations très variées (graph, plasticiens, photographes...) mais un travail sur la mise en réseau et sur l'accompagnement administratif envisageable pour faire monter en puissance le secteur
- Des espaces de diffusion à imaginer : un lien fort avec le patrimoine culturel et naturel ⇔ opportunité pour le tourisme / l'aménagement urbain

► Caractérisation des acteurs

- **Un secteur en avance par rapport aux autres domaines des ICC à la Réunion en termes de structuration grâce notamment à la présence du PRMA**
 - 8 salariés permanents
 - 4 missions historiques : informations et formations, accompagnement à l'export et valorisation du patrimoine musical
 - Existence d'un label, Takamba, permettant de valoriser la musique traditionnelle réunionnaise (10 % des recettes de l'association)
 - Dispositifs majeurs (cf. détails page suivante)
 - Montée en puissance du pôle comme ressource auprès des acteurs
- **Plusieurs festivals pour certains reconnus au niveau international**
 - Ex: Sakifo Festival : budget de 1,5 M€, 20 000 entrées
- **Un marché international : IOMMA (porté par l'association Scènes Australes en lien avec le PRMA)**
 - Présence sur 4 jours de professionnels internationaux, permettant de les mettre en relation avec les artistes réunionnais
 - Conférence / formation pour professionnaliser le secteur

240 établissements et 387 emplois dans le secteur de la Musique et du Spectacle vivant

- **2 000 artistes, 600 groupes répertoriés sur l'île**
 - 30aine d'artistes tournant régulièrement, mais très peu de professionnels (< 100 intermittents)
- **60aine de structures produisant environ 400 albums / an**
- **Accompagnement des acteurs publics**
 - Soutien de la Région, DAC OI, ...
- **Exemples d'acteurs:**
 - PRMA : Pôle Régional de Musiques Actuelles (budget annuel de 850 K€)
 - Producteurs d'albums : Oasis Productions, Discorama, ..
 - Producteurs d'artistes : Radar, Koté Live, Sakifo Prod...
 - Formation : université / conservatoire à rayonnement régional / écoles de musique ...
 - SACEM : actions spécifiques de la délégation régionale pour le reversement des **droits d'auteurs en local (budget de répartition représentant 2,4 M€, 2/3 des artistes touchant des droits d'auteurs contre 1/3 en moyenne en métropole)**
- **Thématiques / secteurs dominants :**
 - Classement du Maloya au patrimoine de l'UNESCO en 2009
 - Musiques actuelles

► Relation entre acteurs des ICC

- Des collaborations assez naturelles avec le numérique et l'audiovisuel, sans avoir de démarches très structurées pour l'instant
 - Réflexion possible notamment sur la production de clips véritablement professionnels
- Un soutien important de la Région (qui a doublé depuis 3 ans) au PRMA, ayant permis le développement et la structuration de la filière avec la mise en place de différents dispositifs clés (cf. détails ci-dessus), en partenariat avec les autres acteurs publics (Etat, collectivités locales) et acteurs majeurs de la filière (SACEM, FCM, SPRE,...)

► Relation avec les autres pans de l'économie

- Un lien à construire avec le tourisme, à condition de valoriser également les musiques actuelles
 - La tentative de généraliser tournée générale auprès des hôtels afin de toucher également le public touristique : en stand by ⇔ pas de retour des acteurs du tourisme
 - L'absence d'implication des hôtels lors des événements musicaux (ex. 800 nuitées au camping temporaire de Sakifo Festival, sans compter la location des appartements par les locaux)

EN CONCLUSION

- Un domaine des ICC réunionnais moteur pour l'ensemble de la filière
- Des projets permettant de créer une légitimité et spécificité de la Réunion dans la ZOI

► Tournée générale : budget de 176 K€ en 2013

► Objectif

- Permettre aux artistes réunionnais de se professionnaliser, et notamment d'atteindre le quota d'heures nécessaires au statut d'intermittents en facilitant la déclaration des heures réalisées dans les cafés-concerts
- Valoriser les cafés-concerts qui aident à la professionnalisation et à la diffusion de la musique réunionnaise : système de labellisation des lieux

► TG jouant le rôle de facilitateur sur le volet administratif des cafés-concerts et des artistes et compense le surcoût pour le café-concert

► Mise en place de la PF internet innovante et sur-mesure à partir de mai 2013 pour élargir le dispositif au plus grand nombre (au départ seulement 5-6 groupes et 5-6 lieux)

► L'essentiel du budget permettant de soutenir les artistes (aides au cachet de 118 €) qui travaillent avec des producteurs

► Résultats :

- Aujourd'hui, la PF a recensé 130 groupes, 30aine d'établissements et une 20aine de producteurs
- 151 concerts, 535 interventions de musiciens et/ou techniciens enregistrés en 2013
- Activité générée 2013: 65 K€ de cachets et environ 40 K€ de contrat de cession, soit plus de 100 K€ d'activités en local
- Objectif de passer de 600 cachets à 1 200 cachets

► Mission export : budget de 160 K€ en 2013

► Double objectif :

- Permettre aux artistes réunionnais de se professionnaliser, et notamment d'atteindre le quota d'heures nécessaires au statut d'intermittents, en sortant du territoire régional (structurellement limité)
- Diffuser la musique réunionnaise à l'international, sur les festivals et scènes majeures

► Commission de sélection des groupes tous les trimestres sur dossier avec un cahier des charges très précis (disponible sur internet)

► Retour d'informations des groupes accompagnés suite à la tournée

- 185 dates de concerts pour 19 groupes aidés
 - ◆ En moyenne 9,7 dates par artiste et 5,9 dates par tournée
- 2/3 des concerts réalisés en Europe (principalement en métropole)
 - ◆ Les esthétiques les plus portés étant le Maloya et la World Music
 - ◆ En majorité dans les festivals dédiés aux musiques du monde
- Nombre demandes acceptées ayant triplé en 2 ans

► Résultats : succès du dispositif → fonds épuisés en juin pour l'année 2014

► Aujourd'hui, estimation faite par les professionnels : seulement 10 % du potentiel réunionnais part à l'export

▶ Resa.re (2014)

- ▶ Mise à disposition en ligne des créneaux de salle de répétition pour les artistes (calendrier en ligne où les inscriptions se font directement)
- ▶ Recensement de l'ensemble des lieux existants à la Réunion

▶ IOMMA (Indian Ocean Music Market, existant depuis 2010) : budget de 700 K€ / an

- ▶ Porté par l'association Scènes Australes
- ▶ Financement FEDER ayant permis de faire monter en puissance le marché : 300 à 400 professionnels présents de la ZOI
- ▶ 356 professionnels inscrits à l'édition 2013
 - ▶ Cibles prioritaires : ZOI, Europe et le reste du monde dans un 3^{ème} temps → quasiment la moitié des participants
 - ▶ Une 20aine de groupes de l'OI qui se sont produits sur différents sites de l'île (les docks, le théâtre Luc Donat, le Kerveguen, le Floralys Hôtel)
 - ▶ 12aine d'ateliers thématiques
 - ▶ Plus d'une 50aine d'opportunités d'affaires entre les acteurs locaux et internationaux générées, une 20aine de groupes réunionnais concernés
- ▶ Participation à 4 événements (professionnels + artistes) en Australie, à Madagascar, à l'île Maurice, en Afrique du Sud pour promouvoir le IOMMA et les artistes réunionnais
- ▶ Volonté de faire monter en puissance le marché avec une dimension ZOI plus forte pour devenir l'ancrage européen de la musique dans la ZOI
 - ▶ Nombreuses informations collectées qui pourraient servir de ressources pour tous ceux qui souhaiteraient accéder à ce marché
 - ▶ A l'inverse les pays de la ZOI sollicitant les acteurs réunionnais pour les former et travailler en collaboration car le savoir-faire est reconnu et s'exporte
 - ▶ Un travail non plus ponctuel mais à perdurer tout au long de l'année (actions de formation, relation avec les acteurs de la ZOI...)

▶ Radio.re : projet pour 2015

- ▶ Objectifs :
 - ▶ Pouvoir identifier la place de la musique réunionnaise sur les radios diffusées à la Réunion (52 radios répertoriées)
 - ▶ Faciliter le lien entre artistes et diffuseurs via la mise à disposition des créations sur une plateforme destinée aux professionnels
- ▶ Outil innovant permettant l'écoute systématique des radios et la détection des titres diffusés → remontée d'infos permettant d'évaluer la diffusion d'un titre et de faire un classement, qui sera à disposition de tous les professionnels pour identifier les morceaux qui « marchent » à la Réunion

- ▶ **Un dynamisme de la production avec la création récente d'une dizaine de compagnies professionnelles**
 - ▶ **Une structuration des acteurs en cours, avec la mise en place en 2014 de la Plateforme Danse Réunion**
 - ▶ Fédération regroupant 17 adhérents (des « indépendants » et les membres d'une douzaine de compagnies)
 - ▶ Développement de synergie sur des problématiques communes (espaces de diffusion, export)
 - ▶ **L'existence d'un lieu principal dédié à la création : le Hangar**
 - ▶ Lieu privé, créé en 2011 pouvant accueillir une 50aine de danseurs
 - ▶ Structure comprenant également une école de danse pouvant accueillir 250 personnes
 - ▶ **2 principaux Festivals consacrés à la danse à la Réunion**
 - ▶ Le Festival Total Danse, porté par le CG, avec une programmation nationale (venue d'artistes de métropole) → environ 20 000 spectateurs sur 20 représentations
 - ▶ Le Festival « Danse Pays », porté par TCO, privilégiant les compagnies locales avec des représentations en paysages extérieurs / urbains
 - ▶ **Une discipline faisant face à plusieurs problématiques :**
 - ▶ Une absence de lieu de diffusion dédié à la Danse sur le territoire régional → quelques scènes pluridisciplinaires disponibles, mais pas toujours adaptées aux besoins de la discipline ; une absence de scène labellisée
 - ▶ Un paradoxe : l'une des disciplines artistiques les plus pratiquées à la Réunion, mais peu d'établissements publics d'enseignement hormis le Conservatoire à Rayonnement Régional et l'Ecole Municipale Loulou Pitou (existence néanmoins de plusieurs structures privées)
 - ▶ Un « petit marché » pour les compagnies locales → la nécessité de rayonner à l'export et en France métropolitaine en s'appuyant sur les réseaux existants en métropole et en se structurant en Fédération (cf. missions de la Plateforme Réunion Danse)
 - ▶ Une discipline à l'équilibre financier fragile, dont la pérennité dépend souvent des volontés politiques et / ou du portage d'un projet par un acteur
- Une 15aine de compagnies professionnelles à la Réunion ; de nombreux chorégraphes indépendants
 - Des structures quasi-exclusivement associatives
 - Accompagnement des pouvoirs publics
 - Soutien des différentes collectivités (conventionnement)
 - Exemple d'acteurs :
 - Compagnie Danse en l'R

► Relations entre acteurs des ICC

- Des liens solides avec les lieux de diffusion pluridisciplinaires (Ex : soutien volontaire du Séchoir pour programmer de la Danse, bien que la structure soit dédiée prioritairement aux Arts de la Rue)
- L'appui sur des acteurs de l'audiovisuel et de la formation continue (ex: Jeudi Formation) pour des problématiques propres à la gestion des compagnies (support de communication, gestion administrative...)

► Liens avec les autres pans de l'économie :

- Des liens très étroits avec le secteur public, soutenant les compagnies à travers des programmes de conventionnement
- Des projets « au coup par coup » avec le secteur du tourisme, malgré un potentiel de synergie important entre les deux domaines
- Une volonté des acteurs de la Danse de développer le mécénat privé, mais un frein à ce type de démarche : l'inéligibilité à des exonérations fiscales

EN CONCLUSION

- Une discipline « parent pauvre » de la Réunion dans le domaine du spectacle vivant
- Des démarches intéressantes de mise en synergie des acteurs locaux notamment sur le volet de l'export
- Une opportunité à court terme pour le développement de la création: le projet de la Cité des Arts

► **Caractérisation des acteurs**

- **Un secteur bien – voire trop - représenté pour un marché régional de taille modeste**
- **La plupart des grands groupes internationaux de communication (Publicis...) représentés par des filiales locales ; une minorité d'agences « indépendantes »**
- **Des agences réalisant en moyenne 90 % de leur CA en région, Des activités à l'export marginales**
 - 10 % du CA réalisé à « l'export » : France métropolitaine, DOM, Ile Maurice et Madagascar principalement
 - Un développement à l'export fait le plus souvent par opportunité, des clé d'entrée via des clients multinationaux présents à la Réunion
- **Des acteurs touchés par la crise mondiale affectant le secteur (baisse de la demande, baisse des prix), mais peu de disparitions d'entreprises depuis 2008 → des regroupements probables à horizon 2015-2016**
- **Une mise en réseau des acteurs en cours de constitution. Un réseau principal : l'Association des Agences-Conseils en Communication (AACC)**
 - Antenne régionale d'un réseau national, 8 agences adhérentes à la Réunion
 - Actions principales : valorisation de la fonction de Conseil en Communication, et actions de sensibilisation auprès des pouvoirs publics et institutionnels

474 Etablissements et 1300 emplois

(pour l'ensemble de la Communication & Diffusion, CA annuel estimé à 400 M€)

- **Une 30aine d'Agences de Conseil-Communication**, dont une 20aine d'Agences Conseil en Publicité
- Des acteurs indépendants (freelances, ou auto-entrepreneurs) difficilement quantifiables
- **900 Emplois, 270 M€ de CA net** (source : Ipsos)
- **Accompagnement des pouvoirs publics**
 - Un des principaux secteur client pour les Agences (notamment le Conseil Général et le Conseil Régional)
- **Exemple d'acteurs :**
 - MastercomGroup (6 agences, 70 salariés)

► **Relations avec autres acteurs ICC : des collaborations très marginales**

- **La quasi-absence de liens avec les établissements culturels parapublics, peu habitués à recourir à des agences de communication et ayant plutôt recours à des indépendants**
- **Des relations très limitées avec les organisateurs d'événements, disposant de ressources internes (ex :graphistes), ou ayant recours à des indépendants**

► Relations avec autres pans de l'économie :

► 4 principaux secteurs clients :

- Les Télécoms
- L'Automobile
- Le BTP



des entreprises multinationales en majorité, disposant d'antennes locales à la réunion

- Le secteur institutionnel : Des collectivités ayant de plus en plus recours à des agences de communication en favorisant les entreprises locales

► Le Développement par l'AACC de projets avec les Etablissements Supérieurs locaux

- Organisation de journées « Agences Ouvertes » et de concours de créativité auprès des étudiants
- But : susciter les vocations et pallier le manque de profils qualifiés dans des domaines comme le design ou les arts graphiques

EN CONCLUSION

- Un secteur créatif n'ayant pas le sentiment d'appartenir à une filière ICC (peu de relations avec les autres domaines)
- Des attentes en terme de formation pour certains domaines spécifiques (design, arts graphiques) → La Réunion en retard par rapport aux territoires voisins (Ile Maurice notamment) dans ce domaine
- D'autres attentes, pour bénéficier d'une « exception régionale » sur 2 aspects législatifs impactant le secteur au niveau local :
 - ✓ Obtenir l'éligibilité aux Emplois Jeunes Aidés (définie par le code APE de l'entreprise)
 - ✓ Bénéficier d'un allègement de la législation sur le nombre de stagiaire annuel autorisé → une démarche soutenue par les établissements de formation locaux

► Caractérisation des acteurs

- Une offre complète de radios entre les radios nationales (Groupe H2R, Fun Radio, etc.) et les radios locales (société Freedom avec Radio Réunion)
- Des recettes annonceurs en baisse et générant des difficultés financières
 - Principaux annonceurs: téléphonie, automobile, Région Réunion, TV payante
 - Baisse des revenus de 25 % pour la téléphonie, la TV payante et le secteur public par rapport à 2013
 - Fermeture d'Antenne Réunion Radio en 2013
 - Coût de l'accès au réseau de diffusion géré par TDF (150 000 € / an)
- Le regard tourné vers la zone OI
 - La radio à Mayotte et Maurice : un secteur encore très jeune (régie publicitaire du groupe H2R installée à Mayotte également)
 - Accueil de 6 étudiants de Mayotte à l'EMOI en formation continue

► Relation entre acteurs des ICC

- Intervention de professionnels du secteur à l'EMOI dans le cadre de la formation aux métiers de la radio

► Relation avec les autres pans de l'économie

- Partie annonceurs, travail avec les grandes entreprises et le secteur public
- Peu de développement du numérique (radios numériques) → public objectif trop faible par rapport à l'investissement

Rappel : 474 Etablissements et 1300 emplois
(pour l'ensemble de la Communication & Diffusion,
CA annuel estimé à 400 M€)

- **55 radios dont 18 commerciales** (retour entretien)
- **400 à 500 emplois estimés dans les radios**
- **Accompagnement des pouvoirs publics**
 - Soutien de la Région aux radios associatives
- **Exemples d'acteurs :**
 - Groupe H2R (NRJ, Chérie FM, RTL)
 - Radio Réunion, RER, EXO FM (radios locales)

EN CONCLUSION

- Un secteur arrivé à maturité, fragilisé par les baisses des recettes annonceurs et les coûts d'exploitation, notamment d'accès au réseau réunionnais
- L'existence de radios associatives proposant un contenu alternatif dépendant en grande partie des subventions de la Région
- Des initiatives intéressantes pouvant être mises en place pour valoriser les ICC à la Réunion (en particulier avec le domaine de la musique) et toucher un public plus large grâce à une meilleure diffusion

► Caractérisation des acteurs

- Un savoir-faire méconnu des architectes et acteurs du bâti à la Réunion dans le domaine de la qualité durable du bâti et de la ville durable en milieu tropical
- Un centre de ressources créé par le CAUE pour animer, communiquer et diffuser sur les bonnes pratiques et savoir-faire : **Envirobat-Réunion** (Centre de Ressources Qualité Environnementale du Cadre Bâti)
 - Création d'un site internet dédié : ressources documentaires, fiches techniques sur des démarches exemplaires...
 - Organisation d'ateliers / débats / séminaires
- Un secteur mobilisé sur les problématiques de qualité du cadre bâti
 - Ex. : formation des professionnels proposée par le CAUE sur la qualité environnementale du bâti : 250 professionnels formés, 10aine de sessions déjà organisées

► Relation entre acteurs des ICC

- L'architecture et le patrimoine : un secteur finalement peu en contact avec les autres domaines des ICC, hormis quelques démarches au coup par coup

► Relation avec les autres pans de l'économie

- Des relations naturelles avec le secteur de la construction...
- ... des difficultés conjoncturelles clairement ressenties par les architectes également
 - Un marché en berne, la diminution des commandes publiques
 - Beaucoup d'entreprises ayant fermé
- Des missions de sensibilisation, d'information auprès des scolaires, grand public sur la qualité environnementale et le patrimoine qui pourraient facilement s'étendre au tourisme
 - Ex. organisation de balades architecturales valorisant le bâti et le végétal tropical → pas de diffusion auprès des touristes pour l'instant

350 Etablissements et 985 emplois

- Plus de 300 cabinets d'architectes et environ 590 emplois
- Exemples d'acteurs :
 - CAUE
 - Ecole d'architecture jusqu'au niveau licence (antenne de Montpellier)
 - Syndicat des architectes de la Réunion
- Thématiques / secteurs dominants :
 - Qualité Environnementale du Cadre Bâti
 - Aménagement de la ville tropicale et durable

EN CONCLUSION

- Un secteur atypique des ICC, très en lien avec les autres pans de l'économie de façon intrinsèque
- Un véritable besoin de valoriser et diffuser les savoir-faire et innovations existantes à la Réunion dans le domaine de la qualité environnementale du bâti en région tropicale

► Un secteur marqué par une pluridisciplinarité et une polyvalence « forcée » des acteurs

- Des compétences dans d'autres domaines que l'audiovisuel voire la nécessité pour les intermittents de cumuler les petits boulots » à côté de leurs fonctions dans l'audiovisuel ...
- Des acteurs travaillant à la fois dans l'audiovisuel institutionnel, publicitaire, ciné...
- ... en raison de l'étroitesse du marché réunionnais

► 3 associations structurantes pour la profession, ayant le projet de fusionner pour améliorer leur travail de représentation de l'audiovisuel et du cinéma

- APAR : Association des producteurs, auteurs, réalisateurs → historique
- URPAAC : Union Réunionnaise des Producteurs (actions collectives de démarchage export)
- AMAJEVIR : Association des Métiers de l'Animation et des Jeux Vidéos à la Réunion

► L'Agence Film Réunion : Une structure au service du développement de la production

- Création de l'Agence dans sa forme actuelle en 2011, sous l'impulsion des élus régionaux souhaitant dynamiser la production cinématographique à la Réunion
- Une mission d'accompagnement des « producteurs » à l'export (présence sur les grand salons), de promotion de la Réunion comme lieu de tournage (dispositif « La Réunion, Terre d'Image, Terre de Tournage»), et de gestion d'un fonds de soutien

► Des formations reconnues :

- L'ILOI (offrant des formations dans le domaine du cinéma d'animation, du multimédia, de l'audiovisuel et des jeux vidéos)
- INFOCOM (université)
- Plusieurs options audiovisuelles dans les lycées
- Des formations continues régulières (ex. stage d'écriture pendant le FIFAI...)

► Une 10aine de festivals proposés chaque année, des thématiques très variées

- Festival du Film d'Aventure, Festival du Film Scientifique, Festival Même pas Peur (films d'horreur), Festival d'Afrique et des îles, Festival du Film de la Réunion, Zot Movie (Festival du film de sports extrêmes)...

► Un projet notable porté par Pipangai (SEM née de l'ILOI) : la réalisation du 1^{er} long-métrage d'animation réunionnais

- Le film « ADAMA » attendu pour 2015

182 établissements et 175 emplois

- 20aine entreprises de production (une 10aine dans le documentaire)
- 50aine de structures se créant à l'occasion d'un projet (pas de pérennité)
- 120 intermittents
- 50 à 80 emplois en production
- **Accompagnement des pouvoirs publics**
 - Fort soutien de la Région à la production
 - Soutien des communes aux Festivals
- **Exemples d'acteurs:**
 - VIBRASON
 - DIGITAL STUDIO
 - TRANPALUX
- **Thématiques / secteurs dominants :**
 - Audiovisuel Publicitaire (TV / Radio)

Zoom détaillé – Relation entre acteurs (2/2)

► Relation entre acteurs des ICC

► Des liens très étroits avec le domaine de la communication/publicité

- La grande majorité du CA des acteurs de l'audiovisuel, réalisé dans le domaine de la publicité (TV, radio) → des agences de communication réunionnaises privilégiant les entreprises audiovisuelles locales

► Des relations naturelles avec des activités numériques et de diffusion ...

- ... mais des compétences différentes sur certaines productions visuelles (ex. clip pour groupe musical), mal maîtrisées par les acteurs locaux

► Une bonne mise en réseau des acteurs de la production cinématographique / documentaire, à différents niveaux de la chaîne de valeur

- Ex : L'Agence Film conduit des projets avec les diffuseurs (ICC Films, MémoréFilm, les 2 principaux exploitants de salles), des organismes de formations (ILOI), les événementiels et les producteurs

► Relations avec les autres pans de l'économie

► Le soutien majeur du Conseil Régional à la production et à l'événementiel

- Intégration de la filière au schéma de développement économique régional

- Mise en place d'un fonds de soutien à la production audiovisuelle spécifique

- ◆ Financement d'un projet exogène à hauteur de 35 % des retombées économiques que ce projet génère sur le territoire (nuitée à l'hôtel, location de véhicule, embauche d'intermittents locaux...)

- ◆ Environ 1,5 M€ / an consacré au fonds

- Soutien du CR à la plupart des festivals régionaux, et financement des actions de l'Agence Film Réunion (avec l'Etat et l'UE)

► Un travail « main dans la main » entre l'IRT et l'Agence Film Réunion, notamment dans l'accompagnement des créateurs à l'export

► Des tournages, des festivals, générateurs de retombées économiques génériques

EN CONCLUSION

- Un domaine des ICC à la Réunion de plus en plus structuré et visible, malgré un fort retard accumulé dans le domaine de la production cinématographique → un faible nombre de production, une grande majorité de documentaires
- Un travail nécessaire sur la diffusion des productions pour prétendre à une reconnaissance internationale
- Une forte volonté politique de développer la création (films, documentaires, courts métrages)
- 2 enjeux majeurs pour la filière
 - L'emploi → la nécessité d'attirer des productions sur le territoire pour offrir de l'activité aux acteurs de la filière
 - L'export → la nécessité de trouver des débouchés en France métropolitaine ou dans la zone Océan Indien

► Une filière composée en très grande majorité de TPE

► Une taille limitée du marché réunionnais, mais peu d'entreprises du numérique présentes à l'export (à l'exception de quelques pépites)

204 établissements et 248 emplois
(selon codes NAF pris en compte; cf. annexe)
Filière TIC élargie : 1,3 Mds € de CA (source Région Réunion)

- **Soutien public** : Région & Etat principalement (volet numérique dans la S3)
- **Exemples d'acteurs (start-ups innovantes)**:
 - ✓ Oscadi
 - ✓ Places
- **Thématiques / secteurs dominants** : .Les ESN (Entreprises de Services du Numérique)

► Une structuration des acteurs autour d'un réseau bien établi : l'ARTIC

► Une association de professionnels fondée en 1997, comprenant aujourd'hui plus de 60 adhérents

► Un périmètre large des acteurs du numérique impliqués, des adhérents répartis en 4 « collègues » :

- « Infrastructure », regroupant notamment les grands acteurs des télécoms implantés à la Réunion (Orange, SFR...)
- « ESN »
- « Editeurs de logiciel »
- « Web technologie », regroupant notamment des agences de communication bien impliquées sur le Digital

► Un réseau représentant 80 % du CA et 85 % de la masse salariale de la filière numérique (au sens large) à la Réunion

► 3 grands enjeux pour la filière du numérique à la Réunion

► La formation

- La difficulté pour les acteurs de trouver des profils qualifiés spécifiques
- Parallèlement, un manque d'attractivité des établissements de formation supérieur pour les métiers du numérique, en dehors des formations dans le domaine du digital

► Le financement des projets innovants

- La difficulté pour les start-ups réunionnaises de lever des fonds pour leur développement → seulement 4 fonds d'investissements en capital risque implantés localement, non spécialisés TIC, et finançant surtout des projets en phase d'amorçage

► Le développement à l'export (nécessaire pour de nombreux acteurs, étant donné l'étroitesse du marché local)

- Des démarches de rapprochement intéressantes opérées par l'ARTIC avec des acteurs sud-africains (cf. diapo suivante)
- Le « handicap » de l'étroitesse du marché local à nuancer : une caractéristique du territoire permettant à de petites structures de rentrer plus facilement en contact avec les grands donneurs d'ordre implantés à la Réunion

► Relations entre acteurs ICC :

- Des acteurs numériques « à cheval » entre la filière des ICC et d'autres filières plus traditionnelles (industries, services aux entreprises...)
- Néanmoins l'existence d'acteurs réunionnais du numérique directement liés aux industries créatives, notamment parmi les adhérents à l'ARTIC (agences de communication, Canal +...)
- Des relations avec les autres domaines d'ICC peu visibles ou au « coup par coup », malgré des liens plus naturels avec les acteurs de l'Architecture ou de l'Audiovisuel
- A noter : des acteurs locaux peu impliqués dans le développement du numérique sur les lieux de patrimoine réunionnais (ex : musées gérés par les collectivités) → Des AO publics non découpés en lots, rendant difficile le positionnement des TPE réunionnaises

► Liens avec les autres pans de l'économie :

- Des liens bien établis avec les acteurs du Tourisme
 - Ex : Projet « Soubik » → mise en place par des membres de l'ARTIC d'une plateforme d'information et de réservation touristique commune aux différents Offices de Tourisme réunionnais
 - Ex : Projet de création d'un cluster « e-tourisme » impliquant des acteurs réunionnais et des acteurs sud-africains sur des problématiques numériques et touristiques communes
- Des réflexions conduites par l'ARTIC pour exploiter les complémentarités entre le numérique et d'autres secteurs économiques
 - Ex : projet de création de clusters « e-santé », « e-énergie »
- Des acteurs connectés de fait à de nombreux secteurs industriels (diversité des secteurs clients dans le domaine du service numérique)

EN CONCLUSION

- Une filière de plus en plus structurée sur le territoire grâce au soutien des pouvoirs publics et à une bonne mise en réseau des acteurs
- Des démarches de « clusterisation » en cours très intéressantes à plusieurs niveaux :
 - ✓ Une approche transfrontalière (rapprochement avec l'Afrique du Sud)
 - ✓ Des passerelles avec des domaines économiques connexes (santé, tourisme, énergie...)

► Caractérisation des acteurs

► Une activité qui gagne en visibilité

- Ouverture en 2006 d'une première formation dédiée aux jeux vidéos (Master à l'ILOI)
- Contrats avec des mairies et des organismes privés pour créer des serious games (jeu éducatif, ex: La Charte → protection des baleines)

► Une structuration en cours

- Création en avril 2014 du BoufTang: Association des Créateurs de Jeu à la Réunion
 - ◆ Objectifs: rassembler les développeurs de jeux du territoire, promouvoir le coworking, organisation de la Global Jam
 - ◆ Global Jam: création d'un jeu vidéo en 48h (type hackathon). 15 participants à la 1^{ère} édition et 30 à la 2^{nde}.

3 établissements et 15 emplois

- Environ 22 développeurs de jeux (professionnels et amateurs)
- Exemples d'acteurs :
 - ILOI
 - Association BoufTang
 - Développeurs: Darie Productions, Funky Monkey Studios, Gamayun Productions
- Thématiques / secteurs dominants :
 - Serious games
 - Applications mobiles

► Relation entre acteurs des ICC

► Collaboration avec des musiciens, écrivains et graphistes pour réaliser les jeux

- Ex: écriture du scénario d'un serious game sur les tortues marines par Laurent Bouvier (journaliste et professeur de musique)

► Volonté des développeurs d'approfondir ces relations mais secteur encore peu considéré

► Relation avec les autres pans de l'économie

► Vocation transversale des serious games: éducation, patrimoine et architecture, environnement, tourisme

EN CONCLUSION

- Un domaine dynamique pouvant travailler sur une infinité de thématiques et offrir de la visibilité à l'extérieur
- Attentes des acteurs en terme de soutien de la Région (infrastructures, déblocage de subventions, commandes publiques)

► **Caractérisation des acteurs**

► **Un secteur difficile à quantifier (cf. encadré) ...**

- La variété des métiers et des statuts juridiques (artisans, adhérents associatifs...)
- Des niveaux d'affaires limités et une part sensible d'activité partielle ou dilettante
- 80 % de structures unipersonnelles

► **Néanmoins un secteur bien représenté**

- Environ 50 % des métiers de la nomenclature INMA (Institut Nat. Des Métiers d'Arts) sont identifiables à la Réunion

► **Des spécificités « métiers » locales**

- Vannerie (Vacoa), pierre volcanique, lave, écaille, bois, céramique, broderie

► **Une mise en réseau ancienne et aboutie des acteurs à l'échelle locale**

- Ex : Le réseau « Arts et Traditions » créé en 1972, regroupant 150 adhérents
- Ex : Association Cap Réunion, Réseau de la Route des Artisans...

► **Plusieurs événements annuels dédiés aux métiers d'arts :**

- Le salon du « Fait Main » (2 éditions / an, fêtant sa 81^e édition cette année)
- Le Trophée Régional des Arts et Métiers (3^e éditions)

► **Un rôle structurant de la Mission des Métiers d'Arts de la Chambre des Métiers, à travers la promotion des savoirs faire locaux**

- Mise en avant de l'artisanat local dans les différents marchés de l'île (ex : marché de Saint Paul, marché de nuit de Saint Denis...)
- Projet de création d'un label « AOC » (Artisan d'Origine Contrôlé) avec l'ambition de labelliser 150 artisans d'ici 2016
- Organisation de Formations aux métiers d'arts (y compris des métiers non représentés à la Réunion) pour susciter les vocations
- Actions de promotion en lien avec les acteurs du tourisme (voir plus bas)

► **Relations avec autres acteurs ICC :**

► **Des rapprochements peu visibles à l'heure actuelle**

► **Des relations en développement avec les acteurs du Patrimoine, en lien avec les actions mises en place avec les acteurs du tourisme**

- **Environ 300 entreprises déclarées + 300 producteurs non-statutaires** (artistes indépendants, adhérents associatifs...)
- 80 % de structures unipersonnelles
- **700-750 emplois estimés**, 50 % de main-d'œuvre féminine
- **Accompagnement des pouvoirs publics :**
 - Rôle structurant de la Mission des métiers d'arts de la Chambre des Métiers
 - Liens étroits avec les organismes touristiques parapublics (IRT notamment)

Note méthodologique : secteur des métiers d'art non inclus dans le périmètre de la filière ICC sur le territoire de la Réunion, hormis les 4 codes NAF suivants inclus dans d'autres domaines :

- 7410Z Activités spécialisées de design
- 9001Z Arts du spectacle vivant
- 5819Z Autres activités d'édition
- 3220Z Fabrication d'instruments de musique

- ▶ **Relations avec les autres pan de l'économie : le développement récent de projets communs entre la Mission des Métiers d'Arts et l'IRT**
 - ▶ **Constat** : chaque année, les touristes se rendant à la Réunion dépensent 5 M€ pour l'achat de souvenirs « artisanaux » → seulement 20 % de ces produits sont fabriqués à la Réunion
 - ▶ **Enjeux** : valoriser la production réunionnaise auprès des touristes
 - ▶ **Actions entreprises (mises en place dès 2015)** :
 - ▶ L'ouverture de boutiques dans les grands lieux de passage (ex : zone d'embarquement de l'aéroport Roland Garros)
 - ▶ La mise en place d'espaces de vente dans les musées territoriaux (ex : Musée Historique de Villèle), avec le développement d'une production artisanale spécifique à la thématique du musée
 - ▶ La publication d'un Guide des métiers d'art réunionnais, référençant les artisans d'art, leur localisation, leurs éventuelles prestations annexes (ouverture d'ateliers, formation...)

EN CONCLUSION

- Un secteur organisé et structuré sur le territoire régional
- Des dynamiques perceptibles pour valoriser et promouvoir les productions locales, un rapprochement intéressant avec le secteur du Tourisme
- Des opportunités de développement dans d'autres domaines : Le marché de l'habitat induisant de nouveaux besoins en décoration, l'intérêt des réunionnais pour les articles cadeaux...

- Un secteur demeurant fragile :
 - ✓ Un surcoût des productions, lié au manque de matières premières disponibles en local, qui doivent donc être importées (ex : poterie)
 - ✓ Une demande intérieure en baisse, la concurrence des produits importés dans la zone Océan Indien
 - ✓ Des activités sous tension : luminaire, bijouterie, vannerie
 - ✓ Une formation de base pas aussi complète que la formation technique : un tissu artisanal pas toujours « ouvert » aux nouvelles tendances du marché, et pas toujours armé pour la gestion de l'entreprise au quotidien

NEXA

PHASE 2

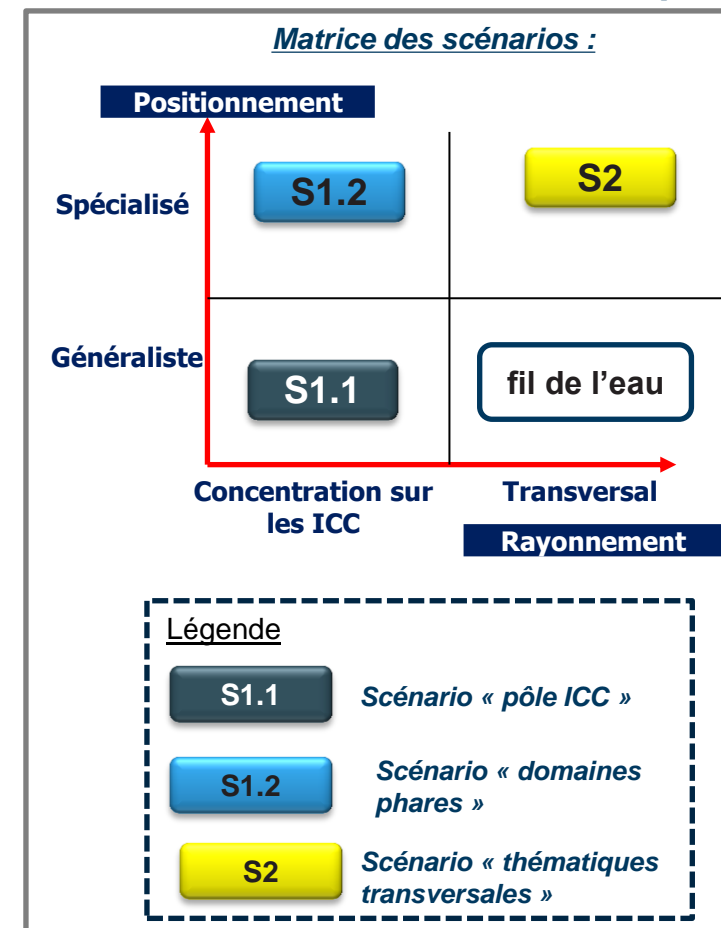
PLAN D' ACTIONS

Avril 2015

Rappel : Bilan du diagnostic (Phase 1) et déploiement de la stratégie pour le soutien à la filière ICC (Phase 2)

Rappel diagnostic et stratégie

- ▶ Des pistes d'actions qui ont émergé à l'issue du diagnostic, 3 grands axes de travail à développer
 - ▶ Axe 1 : le renforcement de la filière et des acteurs des ICC
 - ▶ Axe 2 : la mise en réseau des acteurs
 - ▶ Axe 3 : le marketing territorial / la promotion du territoire
- ▶ La possibilité de donner une inflexion à la stratégie de soutien de filière en orientant son champ d'actions...
 - ▶ Un positionnement spécialisé/ciblé vs. un positionnement généraliste
 - ▶ Choix de focaliser la stratégie sur une discipline ou sur tous les domaines d'ICC
 - ▶ Un rayonnement transversal vs. concentré sur les ICC
 - ▶ Choix de favoriser ou non les projets transversaux entre ICC et autres pans de l'économie (Tourisme...)
- ▶ ... faisant apparaître un 4^e axe de travail : le déploiement de la stratégie autour de domaines phares / thématiques transversales (choix des scénarios S1.2 et S2 détaillés diapos suivantes)
- ▶ La nécessité de bien connecter la stratégie aux autres dispositifs de soutien mis en place sur le territoire (S3, Développement international...)
- ▶ La déclinaison de la stratégie en actions détaillées en termes :
 - ▶ D'enjeux, de niveau de priorité (pour les acteurs des ICC)
 - ▶ De temporalité
 - ▶ De moyens (humains, financiers)
 - ▶ D'indicateurs de suivi



Synoptique stratégie de développement et plan d'actions

Plan d'actions

Volet stratégique

3 enjeux phares pour la stratégie

- Valoriser et consolider les savoir-faire réunionnais dans le domaine des ICC
- Garantir la pérennité des outils existants au service du développement de la filière
- Positionner la filière ICC au service de l'attractivité du territoire



Intégration et connexion
avec les politiques
publiques
(régionale et européenne)

Volet opérationnel

Axe 1 : Renforcement de la filière et des acteurs

Axe 2 : Mise en réseau des acteurs

Axe 3 : Promotion du territoire

Axe 4 : Inflexion de la stratégie ?

- ➔ Soit par le choix d'un ou plusieurs domaines ICC phares ?
- ➔ Soit par la construction de projets transversaux (avec d'autres pans de l'économie) ?

Volet pilotage

**Organisation
et
pilotage**

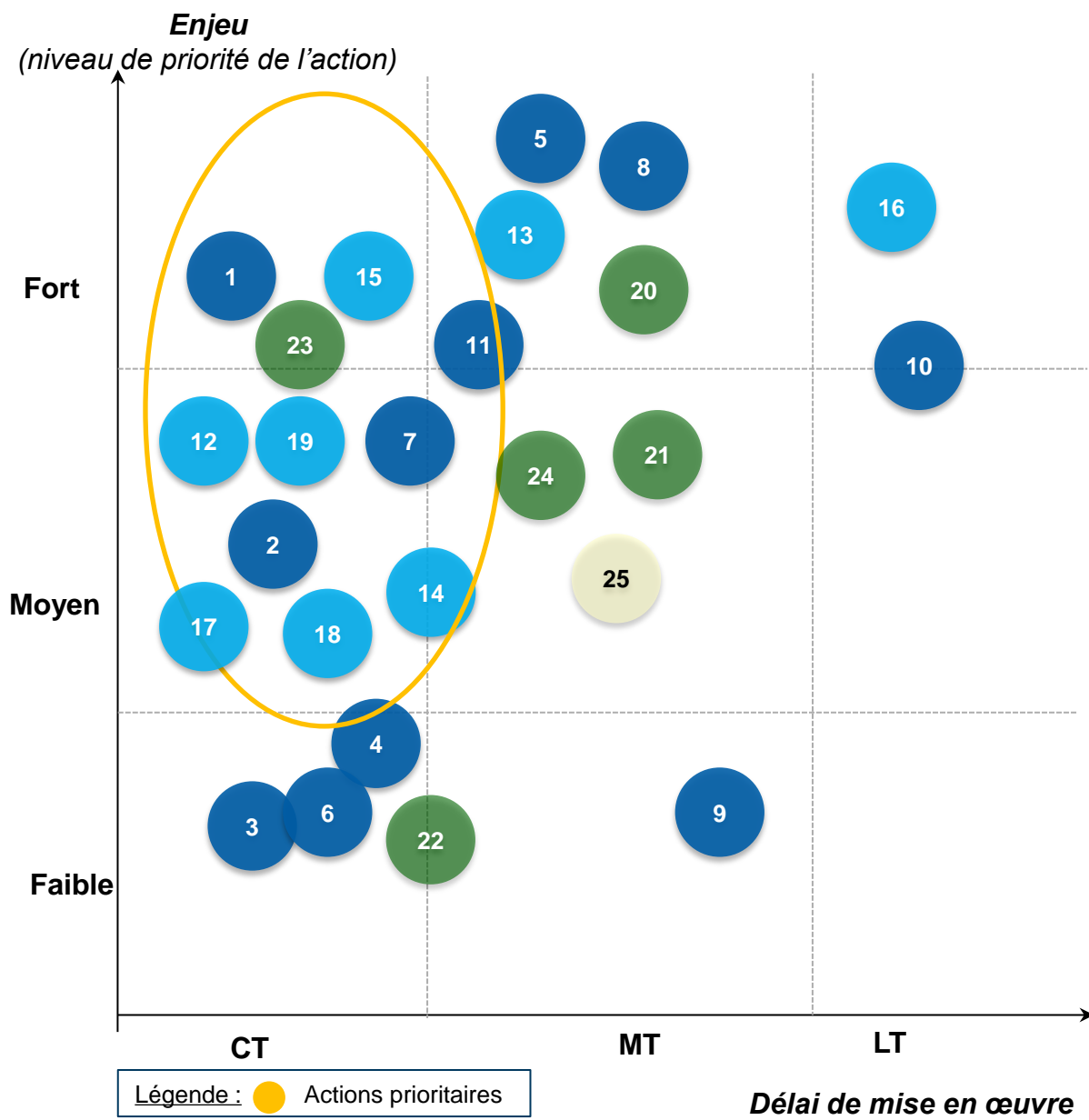
➤ **Groupe
projet informel**

► La hiérarchisation de champs d'actions prioritaires au sein de chaque axe de travail



Hiérarchisation des actions - illustration

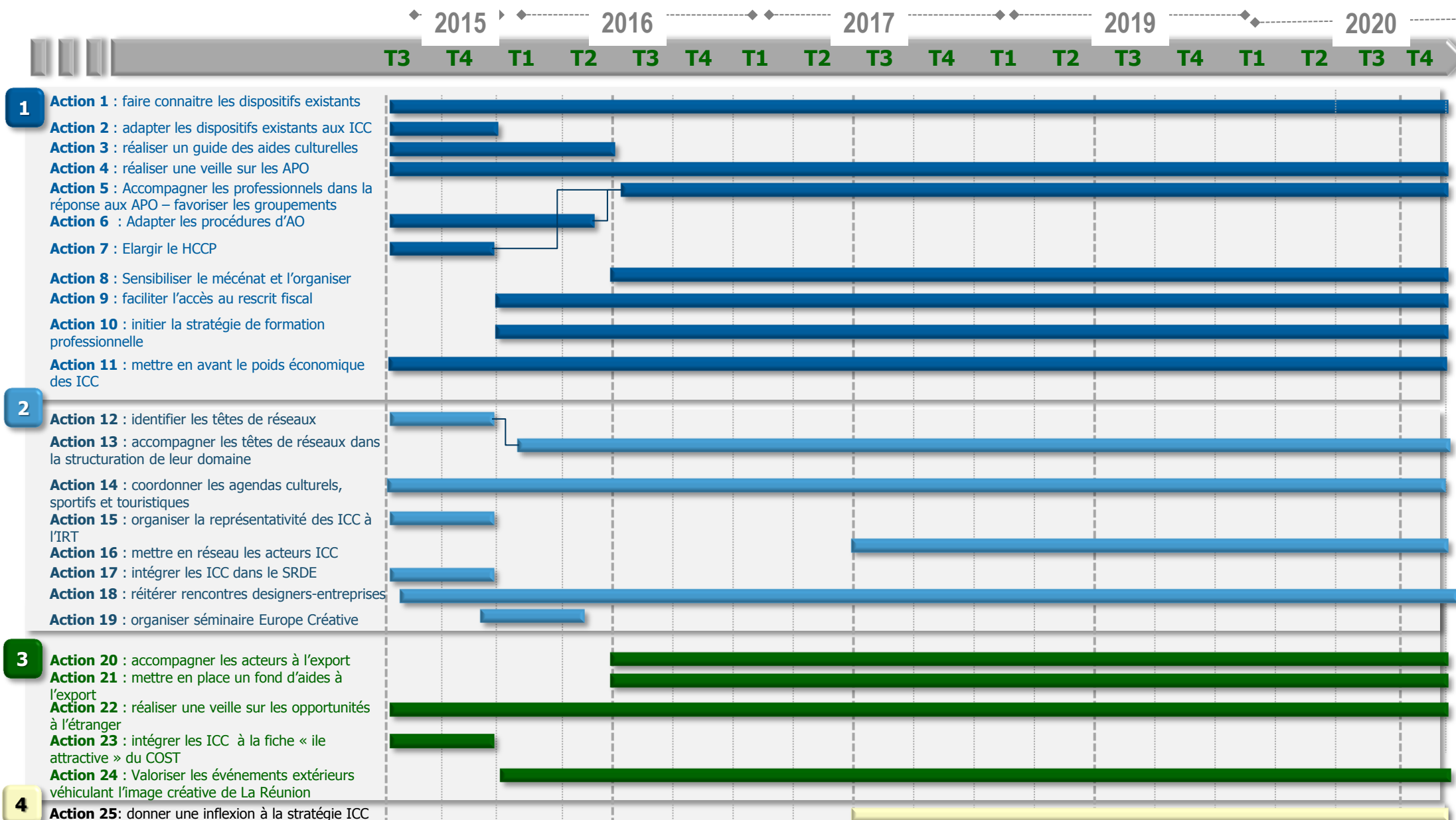
Action n°1	Faire connaître les dispositifs financements existants	●
Action n°2	Adapter les dispositifs d'accompagnement existants aux ICC	●
Action n°3	Réaliser guide aides culturelles	
Action n°4	Veille recensement APO	
Action n°5	Accompagner professionnels dans les APO – favoriser les groupements	
Action n°6	Adapter procédure AO aux ICC	
Action n°7	Elargir le HCCP	●
Action n°8	Sensibiliser au mécénat / l'organiser	
Action n°9	Faciliter accès rescrit fiscal	
Action n°10	Initier strat. Formation pro.	
Action n°11	Mettre en avant le poids éco des ICC	●
Action n°12	Identifier les têtes de réseaux	●
Action n°13	Accompagner les têtes de réseaux dans la structuration de leur domaine	
Action n°14	Coordonner agendas culturels, sportifs, touristiques	●
Action n°15	Organiser représentativité des ICC à l'IRT	●
Action n°16	Mettre en réseaux les acteurs ICC	
Action n°17	Intégrer les ICC dans le SRDE	●
Action n°18	Réitérer rencontres designers-entreprises	●
Action n°19	Organiser séminaire Europe Créative	●
Action n°20	Accompagner les acteurs à l'export	
Action n°21	Mettre en place un fonds d'aide export	
Action n°22	Veille opportunité (salons...)	
Action n°23	Intégrer les ICC à la fiche île attractive (COST)	●
Action n°24	Valoriser les événements extérieurs véhiculant l'image créative de La Réunion	



Bilan du plan d'actions

Calendrier 2015-2020

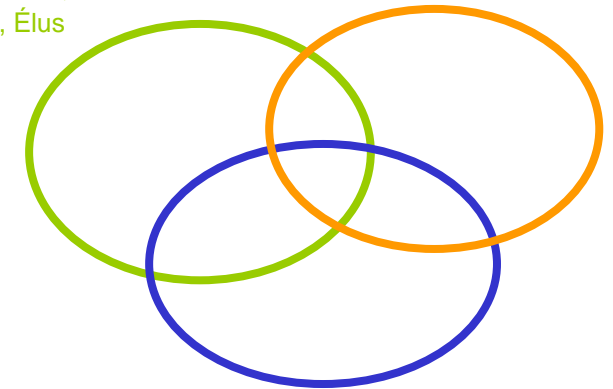
Plan d'actions



- ▶ **Définition d'un processus général**
- ▶ **Identification des parties prenantes (sociogramme)**
- ▶ **Instances opérationnelles et stratégiques**
 - ▶ En charge de l'évaluation
 - ▶ Responsable des décisions, fixation des actions correctives
 - ▶ Information sur la mise en place des actions auprès des élus de la Région ; validation
- ▶ **Choix d'un panel judicieux de phénomènes et d'indicateurs à observer**
 - ▶ Mesure des effets de la politique : quelle ambition ?
 - ▶ Adaptation du dispositif de suivi / évaluation aux enjeux (moyens à mettre en œuvre)
 - ▶ Nombre d'indicateurs
 - ▶ Degré de précision et fiabilité des données
 - ▶ Mode de collecte des données
 - ▶ Fréquence de mesure
- ▶ **Définition du système de collecte, construction, communication sur les indicateurs**

RESPONSABLES POLITIQUES
Financeurs, Décideurs, Élus

ACTEURS DE LA MISE EN OEUVRE
Gestionnaires, opérateurs



DESTINATAIRES, BENEFICIAIRES

- ▶ « Intensifier les relations et courants d'affaires entre acteurs des ICC »

- ▶ « Développer la filière des industries créatives et culturelles »
 - ▶ Augmenter de 10 à 20 % les emplois dans les ICC sur les trois prochaines années (+ 1200 emplois salariés)
 - ▶ Augmenter de 10 à 15 % le nombre d'entreprises dans les ICC sur les trois prochaines années (+ 450 établissements)

- ▶ « Construire les ponts avec d'autres secteurs économiques »
 - ▶ Tourisme
 - ▶ Secteur du numérique
 - ▶ Autres pans de l'économie réunionnaise

- ▶ « Participer largement au marketing territorial et à l'attractivité de la région »

- ▶ « Identifier un domaine phare / thématique fédératrice pour les ICC sur La Réunion »

- ▶ « Renforcer la notoriété et les compétences présentes en Région en lien avec le choix de la thématique / du domaine »

- ▶

▶ Engagement dans l'animation de la filière

▶ Structure informelle dans un premier temps pilotée par NEXA

- ▶ Un comité de Pilotage élargi (décision ponctuelle) intégrant les élus mobilisés sur la thématique et les professionnels / têtes de réseaux
 - ◆ Une démarche qui va être menée auprès des élus régionaux pour identifier un élu référent pour la stratégie de la filière ICC
- ▶ Comité de pilotage restreint (animation permanente, suivi et mise en œuvre du plan d'actions) + acteurs identifiés par action

▶ Entité propre (ex. agence culturelle), à terme, si la dynamique prend de l'ampleur

▶ Mise en place d'un système de suivi et d'évaluation de la politique conduite

- ▶ Tableau de bord : 15aine d'indicateurs clés + indicateurs propres à chaque action
- ▶ Essentiel des indicateurs actualisés sur une base annuelle
- ▶ Mesure du potentiel ICC de La Réunion tous les trois ans
 - ▶ Observation de la croissance des effectifs (emplois et établissements)
- ▶ NEXA en charge de la consolidation et de la diffusion du tableau de bord

▶ Fréquence générale de rencontres, mobilisation des acteurs

- ▶ Réunion semestrielle pour le Comité de Pilotage élargi
- ▶ Fréquence de réunions accélérée sur les premiers mois pour le Comité de Pilotage restreint (2nd semestre 2015) afin de mettre en route le plan d'actions, organisation possibles par thématique
- ▶ Objectifs de large implication des acteurs des ICC, établissements publics, structures privées...

Bilan et suite des opérations

Vision chronologique – articulation des scénarios

Bilan plan d'actions

Avril 2015

Construction du plan d'actions

S1.1

S1.2

S2

3 scénarios possibles / S1.1 non recommandé en termes de positionnement différenciant

Déploiement du plan d'actions

Axe 1 : Renforcement de la filière et des acteurs

Axe 2 : Mise en réseau

Axe 3 : Promotion du territoire

Axe 4: Impulsion stratégique ?

S1.2

S2

Détermination de domaines phares?
D'une thématique fédératrice?

NON (2015-2016)

Actions génériques de soutien à la filière (Axes 1,2,3)

S1.1

S1.2

S2

Actions communes à tous les scénarios

OUI (une fois le plan d'actions mis en œuvre)?
2 choix de stratégie

S1.2

S2

Actions génériques de soutien à la filière +
Mise en avant d'un ou plusieurs domaines phares (Axe 4)

Actions génériques de soutien à la filière +
Projets transversaux avec d'autres thématiques (Tourisme, Numérique...) (Axe 4)

2^e semestre 2015

2016-2017

NEXA

OBSERVATOIRE RÉGIONAL DE L'ÉCONOMIE

Industries Culturelles et Créatives
Avril 2015

Pilotage de l'étude : NEXA, Secrétariat Général
pour les Affaires Régionales, Région Réunion,
Direction des Affaires Culturelles océan Indien
Rédaction, conception, édition : KATALYSE