



# Les industries créatives dans l'agglomération lyonnaise

Synthèse



# Des activités hétérogènes au fort potentiel de développement

Les industries créatives prennent une place prépondérante dans les économies modernes. Fondées sur le savoir et sa diffusion, elles se sont largement développées dans toutes les grandes métropoles mondiales, notamment celles marquées par le déclin des activités productives. Les industries créatives sont au cœur du débat sur la transition des économies industrielles vers l'économie de la connaissance.

## Les industries créatives, facteurs de rayonnement, d'attractivité et de développement économique

Le terme d'« industries créatives », qui trouve son origine dans les pays anglo-saxons à la fin des années 80, a été depuis largement utilisé et a grandement évolué. Les définitions sont multiples et varient selon les pays, les auteurs et les institutions, mais s'appuient toutes sur les concepts d'innovation et de créativité. Peut être retenue la définition synthétique d'A. Gombault et F. Livat-Pêcheux, ce sont les « industries (au sens de « secteur » ou « filières ») dans lesquelles le produit final est un objet de création »<sup>1</sup>. Cette définition très englobante permet d'intégrer : les arts visuels et le patrimoine, le spectacle vivant, les industries culturelles, les services créatifs (comme le design, l'architecture ou la publicité), les industries du goût (mode, gastronomie), les industries de loisirs et de divertissement. L'idée générale est celle d'un « continuum de la pure créativité artistique à une créativité organisationnelle incluant des inputs artistiques ».

Chaque territoire, en fonction de ses spécificités sectorielles, développe sa propre définition et met l'accent sur telle ou telle activité.

Le Grand Lyon conduit depuis une dizaine d'années une politique de développement économique dédiée à certains secteurs à forte composante créative (design, mode, image en mouvement) et destinée à accélérer les processus d'innovation par la créativité et le croisement entre filières. Elle s'est déclinée en trois axes : appuyer les talents par le soutien à des structures de filières ayant un rôle d'accompagnement ou d'hébergement, développer des événements à l'attention des filières ou cross filières, et enfin appuyer le développement de projets.

Il est aujourd'hui reconnu dans les facteurs d'attractivité d'une ville que les infrastructures culturelles, les services de haute technologie, les bonnes conditions de vie et de loisirs, le dynamisme des communautés culturelles et la vigueur des industries créatives locales sont des facteurs d'implantation indirects qui peuvent aider à stimuler la compétitivité économique des villes en créant un environnement favorable à l'innovation et en attirant des personnes très qualifiées ainsi que des entreprises.

## Une industrie identifiée comme un gisement d'emplois et de croissance

Dans son Livre vert publié en 2010, « Libérer le potentiel des industries culturelles et créatives », la Commission européenne indique que « si l'Europe veut rester compétitive dans cet environnement mondial en constante évolution, elle doit mettre en place des conditions permettant à la créativité et à l'innovation de s'épanouir dans une nouvelle culture entrepreneuriale ».

A ce titre, poursuit-elle, « les industries culturelles et créatives disposent d'un potentiel largement inexploité de création de croissance et d'emplois ».

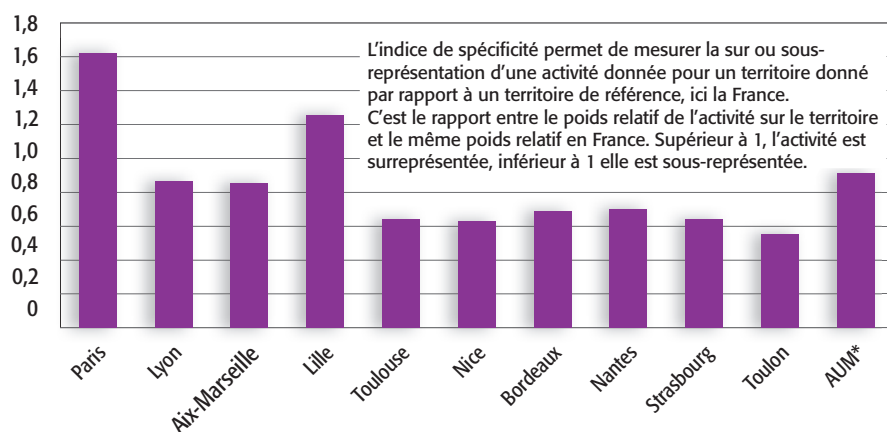
La Commission européenne souligne que les industries créatives représentent 2,6 % du PIB de l'Union européenne, possèdent un fort potentiel de croissance et procurent des emplois de qualité à quelque cinq millions de personnes à travers l'Union européenne.

Etats, régions et métropoles ont, depuis longtemps pour certains, compris cet enjeu. Le Royaume-Uni, par exemple, soutient depuis plus de dix ans les industries créatives. Cette politique nationale est de surcroît relayée localement par des politiques actives des métropoles, au premier rang desquelles, Londres.

1. L'AlphaBeM des industries créatives, A. Gombault, F. Livat-Pêcheux, F. Durrieu. Pôle de recherche Industries créatives de BEM Bordeaux management school, 2009

## Spécificité des principales aires urbaines françaises

Source : Pôle emploi au 31-12-2009



\* AUM : aires urbaines de la métropole lyonnaise, Lyon, Saint-Etienne, Saint-Chamond, Bourgoin-Jallieu et Vienne

## Un rôle de second plan au niveau européen et mondial mais une réelle carte à jouer

Le poids économique de l'agglomération lyonnaise sur le secteur des industries créatives reste en retrait par rapport à des métropoles plus importantes, voire de même envergure.

Les « villes-monde » ou villes capitales sont celles qui, par leur taille, leur rayonnement global, le métissage des populations et des cultures, attirent un nombre important de créateurs. Dans un monde où l'image est capitale, le rassemblement sur un même lieu de noms connus, de marques, d'événements dédiés, de médias spécialisés, de structures de formation, de centres de ressources, est bien évidemment de nature à générer une atmosphère ou une ambiance propice à la créativité sous toutes ses formes. Ces villes se nomment Londres, New-York, Paris, Séoul, Berlin... Elles sont positionnées sur la quasi-totalité des industries créatives, et les fonctions transverses (design, marketing, formation...) y jouent depuis longtemps le rôle de « booster créatif ».

A côté de ces villes capitales, de nombreuses villes secondaires, telles que Manchester ou Birmingham au Royaume-Uni, investissent également ce champ-là et jouent un rôle dans le concert européen des métropoles créatives. Lyon en fait partie. En France, des agglomérations comme Lille, Marseille, Bordeaux ou Nantes, investissent ce secteur et mènent des politiques actives de soutien.

## Un réel poids économique à l'échelle nationale et régionale

Avec près de 17 000 emplois<sup>2</sup> dans les industries créatives, l'aire urbaine de Lyon est la seconde aire française, devant Marseille (12 300 emplois), mais très loin derrière l'aire urbaine de Paris.

Localement, ces filières représentent largement plus d'emplois que des secteurs phares de l'agglomération comme la pharmacie ou la chimie (respectivement 11 000 et 10 000 emplois), et autant que les services informatiques (18 000).

### La forte centralisation parisienne des activités

Avec plus de 213 000 emplois, l'aire urbaine de Paris concentre 40 % des emplois nationaux. Les industries créatives font de surcroît partie des filières prioritaires de l'Île-de-France.

### Une très forte progression de l'emploi des professions créatives

L'emploi dans les industries créatives a chuté d'un quart en quinze ans en France. Cette forte diminution est directement liée aux pertes importantes d'emplois de production dans les activités traditionnelles (textile et habillement en particulier).

L'aire urbaine de Lyon, dont les industries textile et d'habillement constituaient une spécificité forte, s'inscrit dans cette moyenne.

En revanche, l'approche par les professions créatives<sup>3</sup> permet de compléter l'analyse et de relativiser largement cette évolution négative. En effet, en 25 ans, l'aire urbaine de Lyon a connu une progression de + 150 % de l'emploi des professions créatives ; une croissance supérieure à la moyenne nationale (+ 127 %).

## Effectif salarié privé dans les industries créatives dans les principales aires urbaines françaises et en France

Paris	213 420
Lyon	16 821
Aix-Marseille	12 278
Lille	14 564
Toulouse	7 260
Nice	5 393
Bordeaux	6 494
Nantes	5 633
Strasbourg	4 263
Toulon	2 050
AUM*	21 960
France	527 824

Source : Pôle emploi au 31-12-2009  
(AUM : aires urbaines de la métropole lyonnaise, Lyon, Saint-Etienne, Saint-Chamond, Bourgoin-Jallieu et Vienne)

<sup>2</sup> Source : Pôle emploi au 31-12-2009. Ont été étudiés dans le diagnostic et pris en compte dans l'approche statistique les secteurs suivants :  
- Mode (habillement, chaussure-marroquinerie, cosmétique, horlogerie-bijouterie) et textile  
- Image en mouvement (cinéma-audiovisuel-jeux vidéo)  
- Design  
- Edition/Livre/Presse  
- Gastronomie  
- Musique/spectacle vivant  
- Architecture  
- Communication/Publicité

<sup>3</sup> Source : Insee-RP 2006. Liste des professions créatives sélectionnées :  
- Artistes,  
- Architectes,  
- Journalistes-auteurs,  
- Artisans et ouvriers d'art,  
- Métiers de l'audiovisuel et des spectacles,  
- Métiers de la publicité-communication,  
- Concepteurs et assistants techniques de la mode, des arts graphiques et de la décoration.

## Les industries créatives : un secteur en profonde mutation

Ces dernières années, si des pans entiers de l'économie française ont subi des changements sous l'effet de phénomènes macroéconomiques structurels et conjoncturels, le secteur des industries créatives semble soumis à des mutations encore plus profondes.

Ainsi, sous l'effet des évolutions technologiques, l'image, la presse, l'édition et l'industrie musicale voient leur modèle économique bouleversé.

De même, le secteur textile-mode subit les effets de la mondialisation (concurrence par les coûts) couplés à une modification structurelle de la demande.

La différenciation des créateurs locaux se fait par le « haut » en se positionnant sur des marchés haut de gamme ou le luxe.

A l'heure actuelle, seules les activités intensives en main d'œuvre ont tendance à être délocalisées. Demain ce sont les fonctions dites stratégiques (création, R&D, marketing) qui pourraient, à leur tour, être concernées.

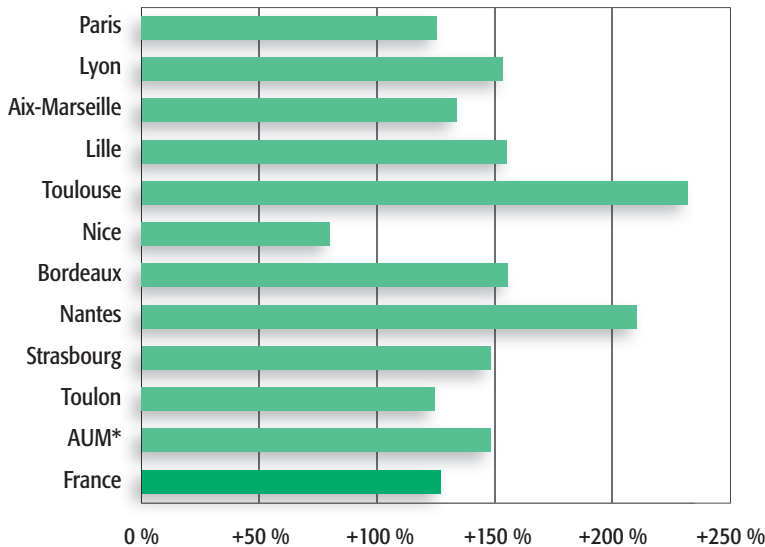
### Une industrie dans une situation économique et financière difficile

Le secteur des industries créatives est un secteur très atomisé composé d'entreprises de petite taille dont une partie prépondérante dispose d'une santé financière fragile. De surcroît, ces entreprises dépendent souvent de financements publics qui tendront à se réduire dans le futur.

Ainsi, les secteurs de la mode et du textile ont connu un recul sensible du chiffre d'affaires et des pertes structurelles d'emplois (-47% dans l'habillement et -49% dans le textile en 15 ans).

### Evolution de l'emploi occupé par les professions créatives entre 1982 et 2006 dans les principales aires urbaines françaises

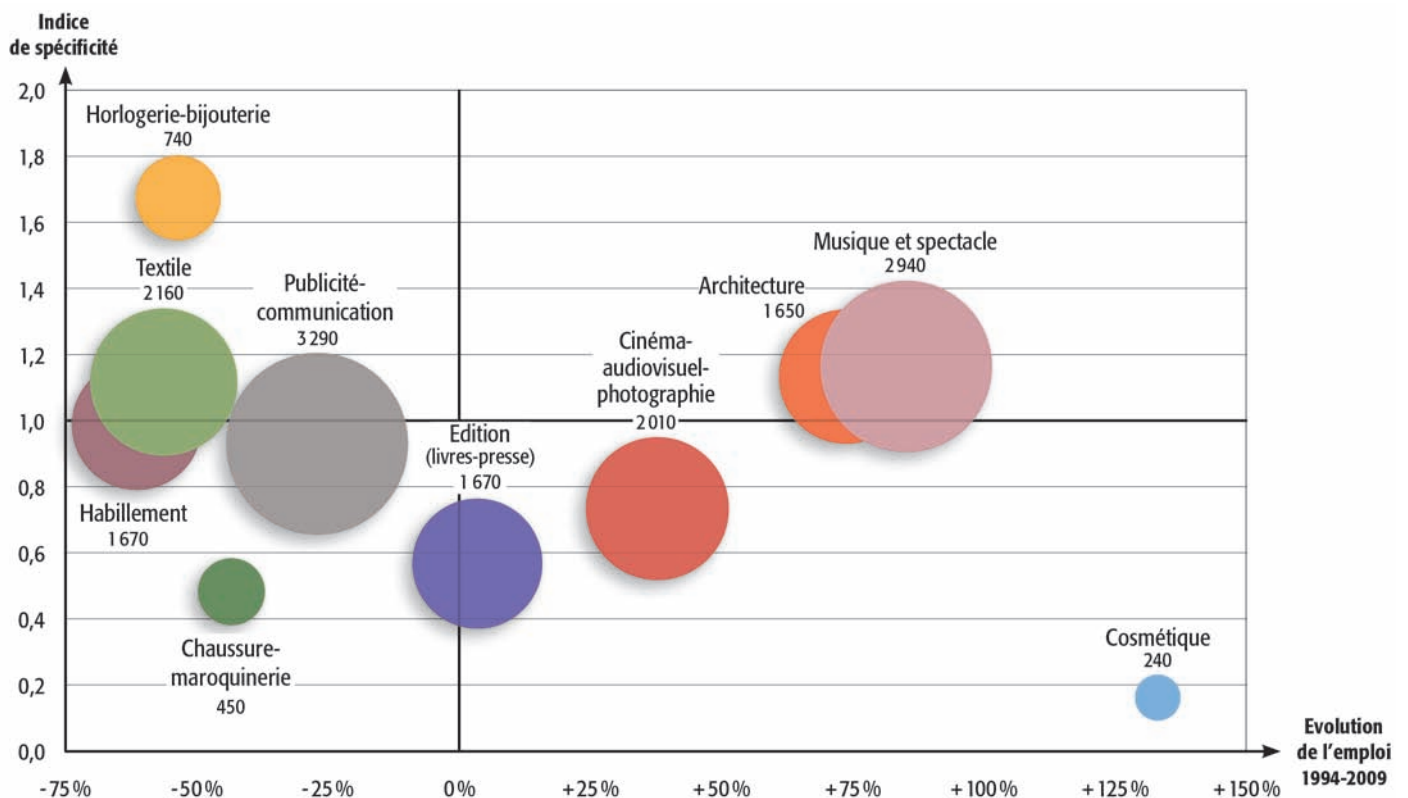
Source : Insee - RP



\* AUM : aires urbaines de la métropole lyonnaise, Lyon, Saint-Etienne, Saint-Chamond, Bourgoin-Jallieu et Vienne

### Synthèse pour l'aire urbaine de Lyon : évolution de l'emploi, indice de spécificité et effectif salarié des différents secteurs d'activité

Source données : Pôle emploi au 31-12



La bijouterie lyonnaise est confrontée à des fermetures d'établissements faute de repreneurs et à des prises de participation voire des rachats par des capitaux étrangers. Ce secteur a entamé une profonde restructuration qui s'est réalisée dans la douleur ces derniers mois du fait de la multiplication des braquages, à la faveur d'un cours de l'or qui a augmenté de manière importante depuis plusieurs mois.

De même, dans les domaines de l'image et des industries culturelles, des acteurs déjà fragilisés avant la crise économique de 2008 n'ont pas résisté (Widescreen games, Phoenix, Atari). Frappés par la crise du disque et au cœur des bouleversements technologiques liés à la dématérialisation et au développement d'Internet, des acteurs des musiques actuelles ont disparu ou sont en grande difficulté (par exemple, Jarring effects, un des principaux labels lyonnais).

Cette situation n'est pas propre à l'agglomération lyonnaise, la plupart des acteurs et agglomérations françaises et européennes sont confrontés aux mêmes réalités économiques et financières.

### Une agglomération qui forme bien mais peine à faire retenir les talents

L'appareil de formation et la disponibilité de la main d'œuvre qualifiée apparaissent comme des points forts du territoire. L'ensemble des filières bénéficient de formations performantes du CAP au doctorat : le textile et la mode avec Esmod, l'Université de la Mode de l'Université Lyon 2, Master 2 de cosmétologie industrielle, Itech, formation cuir du Lycée Casanova de Givors... ; l'image et la culture avec Gamagora, Ensatt, Master management des carrières d'artistes de l'Université Lyon 2... ; les écoles d'arts graphiques et appliqués école Emile Cohl, écoles d'arts appliqués... ; ou encore la gastronomie avec l'Institut Paul Bocuse. Elles sont un outil propice au foisonnement du milieu créatif, soit par création d'activités, soit par irrigation des secteurs créatifs de l'agglomération.

Pourtant, l'agglomération lyonnaise peine à faire émerger ces talents et des marques « made in Lyon »

### De nombreux « talents » constitutifs d'un terreau favorable à une régénération du tissu

En 2010, l'industrie de l'image en mouvement a enregistré une dizaine de créations d'entreprises. Ce chiffre témoigne du dynamisme et de la vitalité de ce secteur à Lyon, malgré des difficultés liées aux bouleversements technologiques et au changement de modèles économiques, qui touchent ce secteur. Les créations d'entreprises sont nombreuses dans les autres secteurs créatifs. La cinquantaine d'adhérents, dont la dizaine de résidents du Village des créateurs en est un autre exemple. L'enjeu est de consolider et pérenniser ces entreprises, afin qu'elles deviennent les leaders de demain.

Malgré les difficultés de nombre d'entreprises, certaines poursuivent leur développement, comme par exemple Zilli, Nathalie Chaize, Max Chaoul, Nicolas Fafiotte, Lise Charmel dans l'habillement de luxe et haut de gamme, la lingerie et la maroquinerie ; Tournaire et Romain Herzo dans la bijouterie ; Arkane studios, Etranges libellules, ou Artefacts studios dans le domaine des studios de jeux vidéo ; l'agence de design et conseil en marketing the Zebra company ; Nicolas Le Bec, Mathieu Viannay ou Paul Bocuse dans le domaine de la gastronomie... La liste est loin d'être exhaustive. Les besoins de chacun de ces acteurs sont différents. A côté de ceux-ci, beaucoup n'ont pas atteint la taille critique leur permettant de franchir un palier et devenir des leaders européens ou mondiaux sur leur marché. De plus, ces entreprises sont dans le même temps des ambassadeurs qui véhiculent ou sont susceptibles de véhiculer l'image de Lyon, ville créative dans le monde entier.



Le Village des créateurs



Vitrine de Zilli



Vitrine de Herzo

## Une localisation privilégiée en cœur d'agglomération

Historiquement, les créatifs lyonnais se sont longtemps concentrés au cœur de l'agglomération, dans la ville centre et plus particulièrement, dans les quartiers historiques de la Presqu'île et de la Croix-Rousse. Les caractéristiques de ces quartiers, espaces de rencontres à l'ambiance créative, répondent aux besoins de ces acteurs.

Aujourd'hui, les territoires de la créativité se diversifient. Naturellement ou sous l'action de la collectivité, d'autres sites émergent, tels que Pixel sur la zone de Grandclément à Villeurbanne, ou encore Lyon Confluence.



## Presqu'île, Pentes de la Croix-Rousse, cœur historique des industries créatives

Dans la droite ligne des soyeux lyonnais, les industries créatives lyonnaises (mode, musique, spectacle vivant, galeries d'art) et commerces en lien avec ces activités, qui participent de l'atmosphère créative, se sont majoritairement implantées en Presqu'île et sur les Pentes de la Croix-Rousse à la recherche d'une concentration d'acteurs, générateur d'ambiance créative.

Territoire aujourd'hui largement « gentrifié », il reste une implantation de choix pour les créatifs.

## Pixel à Villeurbanne : le pôle image en mouvement de l'agglomération

Avec Imaginove, les studios de tournage, Rhône-Alpes cinéma et la Commission du film, la Nacre et une trentaine d'entreprises du secteur créatif, le pôle Pixel pourrait devenir le Pôle ressources et d'accueil privilégié de l'ensemble des industries créatives.

Le potentiel de renouvellement de la zone d'activités de Grandclément pourrait favoriser cette orientation de développement.

## Confluence, un nouveau territoire d'accueil des industries créatives

Sans être l'unique site d'accueil de ces secteurs, le nouveau quartier de Confluence apparaît de plus en plus comme le site des « médias, de la communication, de l'architecture, du design et des galeries d'art ».

Enfin, **Vaise** (Pôle numérique, Villa Créatis...), ou encore la **Part-Dieu** accueillent également un certain nombre d'acteurs importants des industries créatives.

A l'échelle métropolitaine, **Saint-Etienne**, avec en particulier sa Cité et sa Biennale du design, **ViennAgglo**, avec sa volonté de faire émerger un Pôle créatif autour du spectacle vivant et en lien avec son Festival de jazz internationalement reconnu et, à un degré moindre, le **Nord Isère** avec sa Biennale du cirque, sont spécifiques dans certains domaines et ont des projets de développement en faveur des industries créatives.

Le futur Pôle métropolitain prend ici tout son sens, tant les complémentarités existent et les passerelles et synergies sont à développer entre les quatre agglomérations.

## Un événementiel culturel qui s'est étoffé et a gagné en notoriété

L'événementiel permet de valoriser l'image créative à l'international. Lyon possède les outils (Eurexpo, Centre de congrès de Lyon) et des événements culturels de niveau international comme Nuits sonores, la Biennale de la danse, le Festival Lumière, la Fête des Lumières, la Biennale d'art contemporain. L'enjeu est de renforcer l'impact économique de ces événements (développement de marchés dédiés...).

Malgré la perte il y a quelques années de Lyon Mode City, salon de la lingerie et du balnéaire, et plus récemment de la Game connection, convention d'affaires réunissant éditeurs et studios de jeux vidéo, partis tous deux à Paris, Lyon continue d'accueillir des salons professionnels de rayonnement international.

Certains existent depuis longtemps et sont bien installés dans l'agglomération, tels que le Sirha (Salon international de la restauration, de l'hôtellerie et de l'alimentation) et le salon de la bijouterie Print'Or.

D'autres sont des nouveaux venus dans le panorama des événements dédiés aux industries créatives et leur potentiel de développement est important. Il s'agit notamment de Cartoon movie, forum de coproduction du long-métrage d'animation européen, ou encore de Serious game expo, créé par le pôle de compétitivité Imaginove. Sous l'impulsion du Grand Lyon, a été organisée, en 2010, la première édition de « Lyon Design en ville », en résonance avec la Biennale du design de Saint-Etienne.



Fête des lumières 2010



Affiche de Cartoon movie 2012, du 7 au 9 mars à Lyon (Designer : Jean-Loup Felicoli)



Serious Game 2011, 21 et 22 novembre à Lyon



Tour panoramique de la Cité du design à Saint-Etienne



## Lyon, une métropole généraliste, dotée de quelques spécificités fortes

### L'image en mouvement : un second souffle à trouver

Malgré la perte du leader historique (Infogrames-Atari) et de la Game connection, et la montée puissance d'autres territoires (Ile-de-France et Nord-Pas-de-Calais, notamment), ce secteur reste sans doute celui où l'agglomération est la plus spécifique et son degré de différenciation le plus fort.

Priorité doit être donnée au soutien à l'émergence et au développement des acteurs, et à l'investissement sur les secteurs émergents au potentiel de croissance important (cross-médias, serious games...) sur lesquels Lyon se distingue.

### La mode : un secteur à renouveler

Secteur frappé par une perte importante d'emplois de production, liée à des délocalisations ou fermetures d'entreprises, ce secteur n'en reste pas moins important et pèse dans l'économie locale. Il y a aujourd'hui une nécessité à le renouveler et l'ancrer dans la dynamique transverse des industries créatives.

Malgré les difficultés du secteur, la bijouterie reste une très forte spécificité de Lyon, qu'il convient d'accompagner, afin de ne pas la perdre. Quelques belles

entreprises du textile et de l'habillement sont encore présentes dans l'agglomération et rayonnent internationalement.

La cosmétique, avec plus de 1 000 emplois, est un point fort de l'agglomération, qu'il convient de valoriser et d'intégrer davantage dans la dynamique créative.

Enfin, de nombreux créateurs tentent l'aventure de l'entrepreneuriat. Il convient de les accompagner, afin qu'ils deviennent les leaders de demain. C'est le rôle du Village des créateurs.

### La danse et la gastronomie : des spécificités à inscrire dans la dynamique « industries créatives »

Pour ces deux secteurs, grâce à la Biennale de la danse, à la Maison de la Danse, aux grands chefs et à l'Institut Paul Bocuse, Lyon bénéficie d'une très forte notoriété à l'international. Si la concurrence d'autres métropoles mondiales s'accroît dans la gastronomie, la spécificité lyonnaise n'est pas remise en cause, mais il est nécessaire d'aider et d'accompagner son renouvellement.

La Biennale de la danse est un événement phare de niveau international. Peu de villes dans le monde peuvent se targuer d'un tel rayonnement dans ce domaine. Au-delà de son rayonnement culturel, l'impact du « marché du spectacle de danse », structuré autour du Focus danse, pourrait être accru.



## L'industrie musicale et le spectacle vivant, de petites structures souvent en difficulté

Les acteurs des musiques actuelles et plus largement du spectacle vivant sont de petites structures au modèle économique fragile. Les acteurs des musiques actuelles sont directement frappés par la crise du disque et la transformation complète des usages. Ils ont de plus un rôle essentiel de défricheurs de talents, souvent non rentables au début.

A l'exception de quelques entreprises privées, telles que l'organisateur de concerts Eldorado & co, une grande majorité de structures subsistent grâce à des aides et financements publics.

Il convient de ne pas sous-estimer l'impact économique indirect et l'impact en termes d'image d'une vie culturelle intense, dans les facteurs d'attractivité. Le spectacle vivant, représenté par les groupes et compagnies, mais également par les lieux de diffusion, au même titre que les musées, voire des bâtiments emblématiques à l'architecture originale, participent donc directement à l'ambiance créative et sont des facteurs d'attractivité très importants pour la classe créative au sens large, demandeuse de services culturels.

## Design, communication-publicité, architecture : des secteurs transverses, marqueurs de la métropolisation

Le design, la communication-publicité, ou encore l'architecture sont des secteurs moins spécifiques de l'agglomération, mais qui pèsent de manière importante en termes économiques. Ils sont en lien direct avec le tissu économique industriel et tertiaire régional. Ils participent du rayonnement de l'agglomération et sont un indicateur pertinent du degré de métropolisation.

Les passerelles avec le reste des industries créatives sont à encourager, en particulier le secteur de l'image en mouvement, outil de plus en plus utilisé par les communicants.

Enfin, les liens doivent être renforcés avec Saint-Etienne sur le design. Le pôle stéphanois structuré autour de la Cité du design doit en effet jouer le rôle de tête de réseau régional dans ce domaine.

Spectacle « Lieu d'être » de la Compagnie Acte



# Des activités aux enjeux de développement communs

La diagnostic réalisé a permis de dégager un certain nombre d'enjeux de développement propres à chaque secteur étudié et une majorité d'enjeux transverses, qui ont été structurés autour de cinq grands axes, dont un résumé est présenté ici :

- communication et image,
- innovation et créativité,
- entrepreneuriat, accompagnement et financement
- soutien aux filières prioritaires,
- réseaux et gouvernance.

## Communication et image

La plupart des « créatifs » locaux s'accordent à dire que l'image créative de la ville reste aujourd'hui encore insuffisamment valorisée et que Lyon ne véhicule pas suffisamment l'image de créativité à la hauteur de son rayonnement potentiel. Même si, grâce notamment à ses nombreux événements culturels, Lyon existe de plus en plus sur la scène européenne des métropoles créatives, il reste une réelle marge de progression pour faire reconnaître les talents « made in Lyon » et gagner en visibilité à l'échelle nationale et européenne.

Un double objectif sous-tend cette nécessité :

- valoriser l'image et favoriser le rayonnement de la métropole, en utilisant les industries créatives comme facteur d'attractivité pour les entreprises et les talents ;
- valoriser et promouvoir les talents locaux, afin de favoriser leur rayonnement international.

La taille « humaine » de l'agglomération est souvent citée comme un puissant facteur d'attractivité de l'agglomération lyonnaise. Cet atout est à valoriser dans le cadre de l'accueil des activités liées aux industries créatives.

Il est certainement plus facile pour un talent créatif d'émerger, de se faire connaître dans une ville comme Lyon que dans les « villes-monde ».

Lyon bénéficie d'une position concurrentielle avantageuse en termes de coûts immobiliers. Ces coûts peuvent devenir de véritables freins au développement des activités créatives dans les métropoles mondiales.

## Innovation et créativité

Véritables socles des industries créatives et éléments de leur définition, l'innovation et la créativité sont au cœur des enjeux de développement du secteur. Si des politiques sectorielles existent déjà en la matière, à travers les pôles de compétitivité Imaginove et Techtera notamment, l'enjeu est aujourd'hui de décloisonner les filières créatives. C'est en croisant les secteurs créatifs que naîtront la créativité et l'innovation.

L'enjeu est de rendre les « frontières » sectorielles poreuses et de favoriser les synergies et collaborations entre les acteurs, afin de créer une « communauté créative », susceptible d'innover, d'anticiper les nouveaux usages de demain et au-delà, d'irriguer l'ensemble de l'économie. Ce dernier enjeu, consistant à créer des passerelles avec d'autres filières, est notamment vrai pour des secteurs comme le design, la communication multimédia et la publicité, les serious games, le textile technique...).

Des appels à projets créatifs et transsectoriels pourraient être initiés.

## Entrepreneuriat, accompagnement et financement

Il s'agit sans doute pour les entreprises créatives de l'axe le plus important. Le diagnostic a montré qu'en dehors des enjeux d'innovation communs, les secteurs créatifs partagent de nombreux points communs et ont des besoins similaires en matière d'accompagnement et de financement.

Parce qu'elles innovent, créent de l'emploi et de la richesse, parce qu'elles contribuent à l'offre culturelle de l'agglomération, parce qu'elles subissent crise conjoncturelle ou mutations structurelles profondes, la plupart des entreprises ont besoin d'un accompagnement public, de la collectivité ou de l'Etat.

Cet accompagnement peut porter sur des sujets très variés, tout au long du cycle de vie de l'entreprise :

- sensibilisation et soutien à l'entrepreneuriat,
- financement de la production,
- accès facilité aux financements bancaires,
- accompagnement immobilier, afin de permettre l'implantation des acteurs créatifs dans des territoires où les coûts immobiliers sont trop élevés pour ces entreprises...

De nombreux dispositifs de droit commun et dédiés aux industries créatives existent déjà, que ce soit au niveau national ou régional. Ils ne répondent pas à toutes les problématiques. De nouveaux sont à créer et le Grand Lyon doit proposer son intervention en fonction des besoins et en complément des autres acteurs intervenants, en particulier la Région Rhône-Alpes.

## Soutien spécifique aux filières prioritaires

En parallèle de ces enjeux transversaux, un accompagnement spécifique et plus poussé devra être proposé aux filières prioritaires, les plus spécifiques et différenciatrices de l'agglomération : l'image en mouvement, la mode et le design...

## Réseaux et gouvernance

Elément moteur du décloisonnement sectoriel préconisé, tant en matière d'accompagnement que d'innovation, le décloisonnement institutionnel est indispensable pour une plus grande efficacité.

De nombreux réseaux existent dans le domaine des industries créatives. Imaginove est aujourd'hui la tête de réseaux et le pôle ressource des industries de l'image en mouvement. Le Village des créateurs, l'Espace textile ou encore la Cité du design ont, dans leur domaine, ce rôle de tête de réseaux régionale. Mais même si certains se rencontrent déjà ponctuellement, il n'existe pas aujourd'hui suffisamment d'échanges, de collaborations transversales et de mutualisations de moyens pour une action plus efficace.

Le décloisonnement institutionnel passe également par le développement des collaborations entre collectivités à deux niveaux. Le diagnostic a montré la complémentarité des agglomérations du territoire métropolitain ; les collaborations pourraient être renforcées. Le futur Pôle métropolitain en création sera de nature à faciliter ces coopérations naissantes. De plus, un réel partenariat pourrait être engagé entre le Grand Lyon et la Région Rhône-Alpes, pour une plus grande cohérence, une meilleure efficacité et un impact plus fort des actions conduites.

Equipe étude :

**Vincent Couturier**  
**Sophie-Anne Carrolaggi**  
**Agnès Goux**  
**Xavier Laurent**

**Philippe Capel**  
(cartographie)

**Marie-Pierre Ruch**  
(mise en page)

© photo :  
F. Guy (couv et p.7), M.-P.Ruch  
Agence d'urbanisme  
pour le développement  
de l'agglomération lyonnaise

Les travaux de l'Observatoire partenarial lyonnais en économie sont l'expression d'un partenariat entre la Communauté urbaine de Lyon, la Ville de Lyon, la CCI de Lyon, le Medef Lyon-Rhône, l'Université de Lyon, la Chambre de métiers et de l'artisanat du Rhône, la CGPME, Pôle Emploi, l'Aderly, le Cecim, l'Office de tourisme et des congrès du Grand Lyon et l'Agence d'urbanisme pour le développement de l'agglomération lyonnaise, en association avec le Sgar, l'Insee, la Banque de France, l'Urssaf, et la Caisse des Dépôts et Consignations.

Retrouvez les publications de l'Opale sur  
**[www.opale-lyon.com](http://www.opale-lyon.com)**

**Agence d'urbanisme**  
pour le développement  
de l'agglomération lyonnaise



Communauté urbaine de Lyon, Sepal, Etat, Conseil Général, Conseil Régional, Villes de Lyon, Villeurbanne, Vaulx-en-Velin, Bourgoin-Jallieu, Tarare, Communautés d'agglomération Porte de l'Isère, du Pays Viennois, Communautés de communes du Pays de l'Arbresle, des Vallons du Lyonnais, de la Vallée du Garon, du Pays Mornantais, du Pays de l'Ozon, Syndicats Mixtes des Scot du Beaujolais, de l'Ouest Lyonnais, des Rives du Rhône, des Monts du Lyonnais, du Nord-Isère, Sud Loire, Val de Saône-Dombes, Symalim, CCI de Lyon, Chambre de Métiers, Sytral, Epora, Ademe, VNF, Caisse des Dépôts et Consignations, Opac du Rhône, Grand Lyon Habitat.

18 rue du lac - BP 3129 - 69402 Lyon Cedex 03  
Tél. 04 78 63 43 70 - Télécopie 04 78 63 40 83  
**[www.urbalyon.org](http://www.urbalyon.org)**

Directeur de la publication : **Olivier Frérot**  
Réfèrent : **Vincent Couturier** 04 26 99 33 28 [v.couturier@urbalyon.org](mailto:v.couturier@urbalyon.org)  
Infographie : Agence d'urbanisme