BOOST CULTURAL AND CREATIVE INDUSTRIES IN YOUR REGION: A POLICY TOOLKIT

LAVAL MAYENNE TECHNOPOLE
INNOVER & RÉUSSIR

BOOSTEZ LES **INDUSTRIES CULTURELLES ET CRÉATIVES** DANS VOTRE RÉGION : **UN RECUEIL DE BONNES PRATIQUES**

Interreg Atlantic Area
European Regional Development Fund
EUROPEAN UNION

www.4hcreat.com

Tous droits réservés
© Laval Mayenne Technopole - 2020

Édition : Laval Mayenne Technopole - Innover et Réussir - www.laval-technopole.fr
Maison de la Technopole, 6 rue Léonard de Vinci, 53000 Laval

Conception graphique et mise en pages : Jacques Olivier - jo@jacques-olivier.fr

Imprimé en France en juin 2020 par Imprimerie FAGUIER
5, rue Gutenberg - Z.I. Ouest Bazouges, 53200 Château-Gontier - www.imprimerie-faguier.com

ISBN 978-2-9535261-2-7

Achevé d'imprimer en Juin 2020
Dépôt légal : Juin 2020

Le Code de la propriété intellectuelle interdit les copies ou reproductions destinées à une utilisation collective.
Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite par quelque procédé que ce soit, sans le consentement de l'auteur ou de ses ayant droit ou ayant cause, est illicite et constitue une contrefaçon, aux termes des articles L.335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

PREFACE

KEY LEARNING FROM THE PROJECT

The 4H-CREAT project has generated a significant amount of data, experiences and knowledge sharing using a range of different tools including mapping, workshops, internships, a virtual fair, and transnational sharing of knowledge using the project hub and other platforms. The key learning points from the project include the importance of end-user engagement in the development of new innovative products; co-creation as a value added means of engaging with consumers in a practical way, and sharing knowledge and experience across multiple stakeholders. Collaboration is clearly one of the key attributes of successful companies in the CCI and needs to be supported with new networks that facilitate knowledge sharing and access to new tools and techniques for delivering innovative new products and services.

The project has also revealed the benefits of taking knowledge and experience from different disciplines and backgrounds and using them effectively in a range of different industry sectors. The successful internships demonstrated that the skills and expertise of people from artistic or creative backgrounds can be deployed effectively in different organisational setting and industry sectors to drive new ways of thinking and offering insights previously unheard of or untried. Finally, the project was able to tap into the energy, enthusiasm and drive of many young people across all the partner regions.
The demographic named Generation Z (born post 2000) provided an array of new ideas, creative inputs, and better understanding of what drive and motivates young people when engaging with the creative and cultural outputs.

FUTURE OF CCI

The creative and cultural industry in the Atlantic Area is vibrant, diverse and capable of driving forward innovation for the delivery of new and commercially valuable outputs. Each year, more and more creatives are drawn to the industry as well as a significant number of support personnel.
The 4H-CREAT project has provided evidence of a highly skilled and confident arts sector that is growing in ambition each year. It is important that new opportunities for entering the CCI are given to young people so that their contribution to the arts is both visible and valued. The challenge for the CCI is to build opportunity and strive for excellence by maximising the use of available talent.

PREFACE

The sector also faces some challenges including maintaining revenue streams, intense competition, and rapidly changing social and cultural characteristics. The array of new technologies available to support the development of the sector provides opportunities but also challenges in terms of access, skills development and applications.

Glasgow Caledonian University main entrance

The CCI across the Atlantic Area face an uncertain future in turbulent times, and yet, the sector has been better placed to address the challenges and mobilise resources to enable growth into the future. The sector also faces some challenges including maintaining revenue streams, intense competition, and rapidly changing social and cultural characteristics. The array of new technologies available to support the development of the sector provides opportunities but also challenges in terms of access, skills development and applications.

LES PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS DU PROJET

Le projet 4H-CREAT a généré une quantité importante de données, d'expériences et de partage de connaissances, en utilisant différents outils comme une cartographie, des ateliers, des stages, une foire virtuelle, et le partage transnational de connaissances via le site du projet et d'autres plateformes. Les principaux points d'apprentissage sont l'intégration de l'utilisateur final dans le développement de nouveaux produits innovants ; la co-création comme valeur ajoutée, et le partage de connaissances et d'expériences avec de multiples acteurs. Collaborer est clairement l'une des clés de réussite des entreprises du secteur des ICC ; il faut donc renforcer cela via de nouveaux réseaux qui facilitent le partage des connaissances et l'accès à des outils pour créer de nouveaux produits et services innovants. Le projet a également mis en évidence les avantages à utiliser efficacement les connaissances et les expériences pluridisciplinaires des différents secteurs de l'industrie. Le succès des stages a prouvé que les compétences et l'expertise de personnes issues de milieux artistiques ou créatifs peuvent être déployées efficacement dans différents milieux organisationnels, afin d'apporter de nouvelles façons de penser, des expériences inédites et jamais testées.

Enfin, le projet a pu puiser dans l'énergie, l'enthousiasme et le dynamisme de beaucoup de jeunes dans toutes les régions partenaires. La tranche démographique appelée Génération Z (née après 2000) a fourni une palette de nouvelles idées, des apports créatifs, et une meilleure compréhension de ce qui pousse et motive les jeunes lorsqu'ils s'engagent dans des réalisations créatives et culturelles.

L'AVENIR DES ICC

Les Industries Culturelles et Créatives de la région Atlantique est dynamique, diversifiée et capable de faire avancer l'innovation pour créer de nouveaux produits. Chaque année, de plus en plus de créatifs sont attirés par l'industrie ainsi qu'un nombre significatif de personnel de soutien. Le projet 4H-CREAT a fourni la preuve d'un secteur artistique hautement qualifié et confiant dont l'ambition augmente tous les ans. Il est important que de nouvelles opportunités de rejoindre les ICC soient offertes aux jeunes afin que leur contribution à l'art soit visible et valorisée. Le défi pour les ICC est de construire l'opportunité et de viser l'excellence en maximisant l'utilisation des talents disponibles.

Le secteur est aussi confronté à certains défis notamment le maintien de sources de revenus, la concurrence intense, et l'évolution rapide des caractéristiques sociales et culturelles. La gamme de nouvelles technologies disponibles pour soutenir le développement du secteur offre des opportunités mais aussi des défis en termes d'accès, de développement des compétences et des applications.

Glasgow Caledonian University

Les ICC de la région Atlantique sont confrontées à un avenir incertain en période de turbulences, et pourtant le secteur est le mieux placé pour relever les défis et mobiliser les ressources pour permettre la croissance future.

Dr. Colin COMBE
Senior Lecturer at Glasgow Caledonian University
Maître de conférences à Glasgow Caledonian University

SUMMARY

EDITORIAL by François DELAROZIERE p.6
4H-CREAT PROJECT PRESENTATION p.10
KNOWLEDGE TRANSFER MODEL FOR CCI p.12
MAPPING OF THE CCI IN THE ATLANTIC AREA p.20
AN EXAMPLE OF A REGIONAL STRATEGY p.24

GOOD PRACTICES p.28

GATHERING THE DIGITAL ECOSYSTEM p.32
VALORISING HERITAGE p.36
CREATING A FABLAB p.38
PERFORMING AN INNOVATIVE SHOW WITH LOCALS p.40
ASSOCIATING ART AND BUSINESSES p.42
BRINGING OUT NEWS IDEAS p.46
ENCOURAGING THE TALENT OF YOUNG PEOPLE THANKS TO MEDIA p.48
FOSTERING SYNERGIES BY CREATING A CLUSTER p.52
CHANGING A CITY'S IMAGE THANKS TO CULTURE p.56
PROMOTING ARTISTIC PRACTICES p.58
INTRODUCING DIGITAL TECHNOLOGIES THROUGH ART p.62
RESTORING VALUE TO A LEFT BEHIND NEIGHBORHOOD p.64
SUPPORTING CCI p.66
ENCOURAGING ENTREPRENEURSHIP p.70
FACILITATING COLLABORATIONS BY CREATING EVENTS p.72
TRAINING THE UNDER 30S IN PROGRAMMING p.74
USING DESIGN THINKING p.76
STRUCTURING CCI NETWORKS p.80
DEVELOPPING AN EDUCATIONAL PROJECT p.84
CONCLUSION p.88

RELATED ARTICLES p.90

CAPACITY BUILDING p.94
END-USERS INVOLVEMENT p.96
TRANSNATIONAL NETWORKING MECHANISMS p.98

RESOURCES & WEBOGRAPHY p.100
LAVAL MAYENNE TECHNOPOLE p.102
ACKNOWLEDGMENTS p.104

SOMMAIRE

p.8 ÉDITORIAL par François DELAROZIERE
p.11 PRÉSENTATION DU PROJET 4H-CREAT
p.16 MODÈLE DE TRANSFERT DE CONNAISSANCES POUR LES ICC
p.22 CARTOGRAPHIE DES ICC DANS L'ESPACE ATLANTIQUE
p.26 UN EXEMPLE DE STRATÉGIE RÉGIONALE

p.29 BONNES PRATIQUES

p.34 RÉUNIR L'ÉCOSYSTÈME DIGITAL
p.37 VALORISER LE PATRIMOINE
p.39 CRÉER UN FABLAB
p.41 RÉALISER UN SPECTACLE INNOVANT AVEC LES HABITANTS
p.44 ASSOCIER L'ART ET L'ENTREPRISE
p.47 FAIRE ÉMERGER DES IDÉES
p.50 ENCOURAGER LE TALENT DES JEUNES GRÂCE AU MÉDIA
p.54 FAVORISER LES SYNERGIES EN CRÉANT UN CLUSTER
p.57 CHANGER L'IMAGE DE SA VILLE GRÂCE À LA CULTURE
p.60 STIMULER LA PRATIQUE ARTISTIQUE
p.63 DÉCOUVRIR LES TECHNOLOGIES NUMÉRIQUES AU TRAVERS DE L'ART
p.65 REDONNER DE LA VALEUR À UN QUARTIER OUBLIÉ
p.68 ACCOMPAGNER LES ICC
p.71 ENCOURAGER L'ENTREPRENEURIAT
p.73 FACILITER LES COLLABORATIONS EN CRÉANT DES ÉVÉNEMENTS
p.75 FORMER LES MOINS DE 30 ANS À LA PROGRAMMATION
p.78 UTILISER LE DESIGN THINKING
p.81 STRUCTURER LES RÉSEAUX D'ICC
p.86 DÉVELOPPER UN PROJET ÉDUCATIF
p.89 CONCLUSION

p.91 ARTICLES ANNEXES

p.95 DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES
p.97 IMPLIQUER LES UTILISATEURS
p.99 MÉCANISMES DE MISE EN RÉSEAU TRANSNATIONAUX

p.101 RESSOURCES & WEBOGRAPHIE
p.103 LAVAL MAYENNE TECHNOPOLE
p.104 REMERCIEMENTS

EDITORIAL

"We owe it to ourselves to innovate with ambition, and intelligence, taking into consideration our impact on life, on nature, on health. Our emotions, our shared moments, our lifetimes are our most precious possession."

« Nous nous devons d'innover avec ambition, et intelligence, tenant compte de notre impact sur le vivant, sur la nature, sur la santé. Nos émotions, nos partages, nos temps de vie sont le bien le plus précieux. »

FRANÇOIS **DELAROZIERE**
ARTISTIC DIRECTOR OF *LA COMPAGNIE LA MACHINE*
DIRECTEUR ARTISTIQUE DE LA COMPAGNIE LA MACHINE

© Jordi Bover

Creating, inventing, innovating, initiating new practices, new forms, new objects, revolutionizing uses, inventing tomorrow's professions requires an open-minded spirit, inspiration. It is at the crossroads of knowledge and know-how that new ideas are born, and with method, they are formalized. Man is at the heart of this process, which questions our sensibilities, our wisdom and our capacity to dream. Creative expression is born out of a dream to finally incarnate a vision.

© Jordi Bover

Le Dragon de Calais of *La Compagnie La Machine* - Calais 2019

Science and art are sometimes in opposition, the first being associated with reason, the second with the realm of our emotions. But this forgets that the imaginary world was the bread and butter of science and the abstraction of art or a scientific result plunges both into an invigorating soul-searching. In this reality, the imaginary is science's food for thought and vice-versa. By getting to grips with technological and scientific innovations, the artist gives them a new look, renders them visible to the public eye. He creates poetic forms through which the imaginary is associated with scientific method.

On the Isle of Nantes, in Toulouse, la Roche-sur-Yon or Calais, sometimes elsewhere in the world, the Machine Street Theatre Company develops a representation which is at the crossroads of theatre, culture and urban planning. Movement is the focal point at the heart of this search. It incarnates life and its renewal. Investing the street is not a mundane affair, as it is there that the birth of a collective imaginary, of a shared imaginary heritage, is played out.

EDITORIAL

Made of wood and steel, our machines may sometimes seem living to us. They create in our streets, in our often overly serious or sage squares, disturbances that invite us to glance at each other. Instilling new, emotional dynamics, these machines also accelerate economic exchange, thus creating value, generating wealth. These durable and touristic contraptions offer themselves up like a daily spectacle and thus contribute to boosting the attractivity of the region.

© Laurent Noël

Le Grand Éléphant des Machines de l'Île de Nantes and *Long Ma* of *La Compagnie La Machine* - Nantes 2015

We owe it to ourselves to innovate with ambition, and intelligence, taking into consideration our impact on life, on nature, on health.
Our emotions, our shared moments, our lifetimes are our most precious possession.

Créer, inventer, innover, initier de nouvelles pratiques, de nouvelles formes, de nouveaux objets, renouveler les usages, inventer les métiers de demain relève nécessairement de l'ouverture au monde, de l'inspiration. C'est au croisement de la connaissance et des savoir-faire que naissent les nouvelles idées, avec méthode, elles se formalisent. L'Homme est au cœur de ce processus qui questionne nos sensibilités, notre savoir et notre capacité à rêver. L'expression créative naît d'un rêve pour finalement incarner une vision.

© Jordi Boxer

Les Animaux de la place de La Compagnie La Machine - La Roche sur Yon 2014

EDITORIAL

Sciences et arts sont parfois opposés, l'un étant associé à la raison, l'autre au domaine du sensible. C'est oublier que l'imaginaire a nourri la science et que l'abstraction de l'art ou d'un résultat scientifique nous plongent tous deux dans des questionnements vivifiants pour l'esprit. Dans cette réalité, l'imaginaire nourrit la science et inversement. En s'appropriant les innovations technologiques et scientifiques, l'artiste leur donne un nouveau visage, les rend visibles aux yeux du public. Il créé des formes poétiques au travers desquelles l'imaginaire s'associe à la méthode scientifique.

Sur l'Île de Nantes, à Toulouse, la Roche-sur-Yon ou Calais, parfois ailleurs dans le monde, la Compagnie La Machine développe un travail à la croisée des chemins entre théâtre, culture et urbanisme. Au cœur de cette recherche s'inscrit le mouvement. Celui-ci incarne la vie et son renouveau. Intervenir dans la rue n'est pas un acte anodin, car là, se joue la naissance d'un imaginaire collectif, d'un patrimoine imaginaire commun.

© Jordi Boxer

Le Gardien du Temple de La Compagnie La Machine - Toulouse 2018

Faites de bois et d'acier, nos machines peuvent parfois nous sembler vivantes. Elles créent dans nos rues, sur nos places souvent trop sérieuses ou trop sages, des perturbations invitant à croiser nos regards. Insufflant de nouvelles dynamiques émotionnelles, ces machines accélèrent aussi les échanges économiques créant ainsi de la valeur, générant de la richesse. Ces équipements pérennes et touristiques s'offrent comme un spectacle au quotidien et contribuent ainsi à renforcer l'attractivité du territoire.

Nous nous devons d'innover avec ambition, et intelligence, tenant compte de notre impact sur le vivant, sur la nature, sur la santé.
Nos émotions, nos partages, nos temps de vie sont le bien le plus précieux.

François DELAROZIERE
Artistic Director at *La Compagnie La Machine*
Directeur artistique de La Compagnie La Machine

4H-CREAT PROJECT PRESENTATION

Through a multilateral approach including the public, private and research actors, and Generation Z consumers, the 4H-CREAT (4H) project aims to develop innovative products and services orientated towards the new trends in the market demand by taking into account the opportunities arising from the digital technology and economy.

THE PARTNERS

4H is a €1.3 million ERDF funded Atlantic Area project with 7 partners: Glasgow Caledonian University (UK – project leader), Limerick Institute of Technology (IR), Laval Mayenne Technopole and Quimper Technopole (FR), the City of Avilés and Camara Seville (SP) and the University of Lisbon (PT).

THE STRATEGY

4H is in line with a new strategic approach to economic development through research and innovation linked to the current EU programming period. It recognises the significance of and the need for the Quadruple Helix approach by proposing to add a 4th group (civil society as innovation users) to a classical Triple Helix model, considering civil society as users and sources of knowledge in the innovation process.

THE OBJECTIVES

The main objective of the project is an improved cooperation between public, private and research actors to foster innovation, capacity building to upgrade innovation skills and knowledge.

THE CHALLENGES

The CCI sector faces specific common challenges:

- Companies (mainly small and micro sized) have difficulties to keep pace with the development of knowledge for entrepreneurial growth
- Need for the development of a collaborative innovation strategy for the CCI
- Strong need to enlarge the CCI marketplace, especially on new and emerging demands of creative consumer's products

To face these challenges, 4H has generated transnational knowledge transfer models to enhance the sharing of results from research institutions to CCI SME's by developing innovative products through a transnational Quadruple Helix cooperation approach, identified new products and services orientated to the new trends in market demand, by exploiting digital technology and economy, promoted cooperation and business development between SMEs, public and research entities and the main public.

(See examples of actions developed within the project from page 94 to page 99.)

PRÉSENTATION DU PROJET 4H-CREAT

Grâce à une approche multilatérale comprenant les acteurs publics, privés et de la recherche, ainsi que les consommateurs de la génération Z, le projet 4H-CREAT (4H) vise à développer des produits et services innovants orientés vers les nouvelles tendances de la demande du marché tout en tenant compte des opportunités découlant des technologies numériques et de l'économie.

LES PARTENAIRES

4H est un projet de la région Atlantique financé par les fonds FEDER à hauteur de 1.3 million d'euros avec 7 partenaires : Glascow Caledonian University (UK - chef de projet), Limerick Institute of Technology (IR), Laval Mayenne Technopole et Quimper Technopole (FR), la ville d'Avilés et Camara Séville (SP) et l'Université de Lisbonne (PT).

LA STRATÉGIE

4H s'inscrit dans une nouvelle approche stratégique de développement économique par la recherche et l'innovation liée à la période de programmation actuelle de l'UE. Le projet reconnaît l'importance et la nécessité de l'approche Quadruple Helix en proposant d'ajouter un 4ème groupe (société civile en tant qu'utilisateurs de l'innovation) au modèle classique Triple Helix en considérant la société civile comme utilisateurs et sources de connaissances dans le processus d'innovation.

LES OBJECTIFS

L'objectif principal du projet est une coopération améliorée entre le public, les acteurs privés et de recherche afin de favoriser l'innovation, le renforcement des capacités pour améliorer les compétences et les connaissances en matière d'innovation.

LES CHALLENGES

Le secteur de ICC fait face à des défis communs spécifiques :

- Les entreprises (principalement de petite taille et les micro-entreprises) ont du mal à maintenir le rythme avec le développement des connaissances de la croissance entrepreneuriale.
- Une nécessité de développer une stratégie collaborative d'innovation pour les ICC.
- Un besoin fort d'élargir le marché des ICC, en particulier pour les nouvelles demandes émergentes pour les produits de consommation créatifs.

Pour faire face à ces défis, 4H a créé des modèles de transfert de connaissances transnationaux pour améliorer le partage des résultats des établissements de recherche aux PME des ICC en développant des produits innovants grâce à une approche de coopération transnationale Quadruple Helix, pour identifier de nouveaux produits et des services orientés vers les nouvelles tendances de la demande du marché, en exploitant la technologie numérique et l'économie, en favorisant la coopération et le développement des affaires entre les PME, les acteurs publics et de recherche et le public.

(Voir des exemples d'actions développées au sein du projet de la page 94 à la page 99.)

KNOWLEDGE TRANSFER MODEL FOR CCI

MODÈLE DE TRANSFERT DE CONNAISSANCES POUR LES ICC

Knowledge Transfer Model for CCI

Richard Florida, an American urban studies theorist proposed in 2002, the concept of "Creative class" defined by the 3T's model (Talent, Technology, Tolerance). He showed the link between the presence of this Creative class and the economic development and growth of a region. Following that theory, Cultural and Creative Industries (CCI) have become a core part of regional and national economic policies. Their economic relevance is being seen as an antidote to the negative effects of post-industrialisation and changes in production and consumption.

Meanwhile, innovation policies, especially in relation to universities and their socioeconomic role, have been focused on increasing the use and valuation of knowledge in various sectors, but have paid less attention to the CCI and what needs may come out of its subsectors.

WHAT ARE CULTURAL AND CREATIVE INDUSTRIES ?

Creative industries are those that have their origin in individual creativity, skill and talent. They also include industries that have the potential to create wealth and jobs through the development, production or exploitation of intellectual property. Cultural industries can be defined as those industries which produce tangible or intangible artistic and creative outputs, and which have a potential for wealth creation and income generation through the exploitation of cultural assets and production of knowledge-based goods and services.

For the purposes of the 4H-CREAT project, the two sectors are combined to comprise 24 distinct industries as highlighted in the table below.

Advertising	Dance/ballet	Virtual reality
Architecture/industrial design	Theatre	Web design/multimedia
Fashion design	Orchestras/conservatoires	Fine arts/antiques/sculpting
Video/audio/film	Broadcasting (TV and radio)	Museums/galleries
Music	Apps development	Crafts
Photography	Digital arts	Creative cooking
Graphic design	Social media influencers	Events/festivals
Writing/publishing	Gaming/animation	Tech design

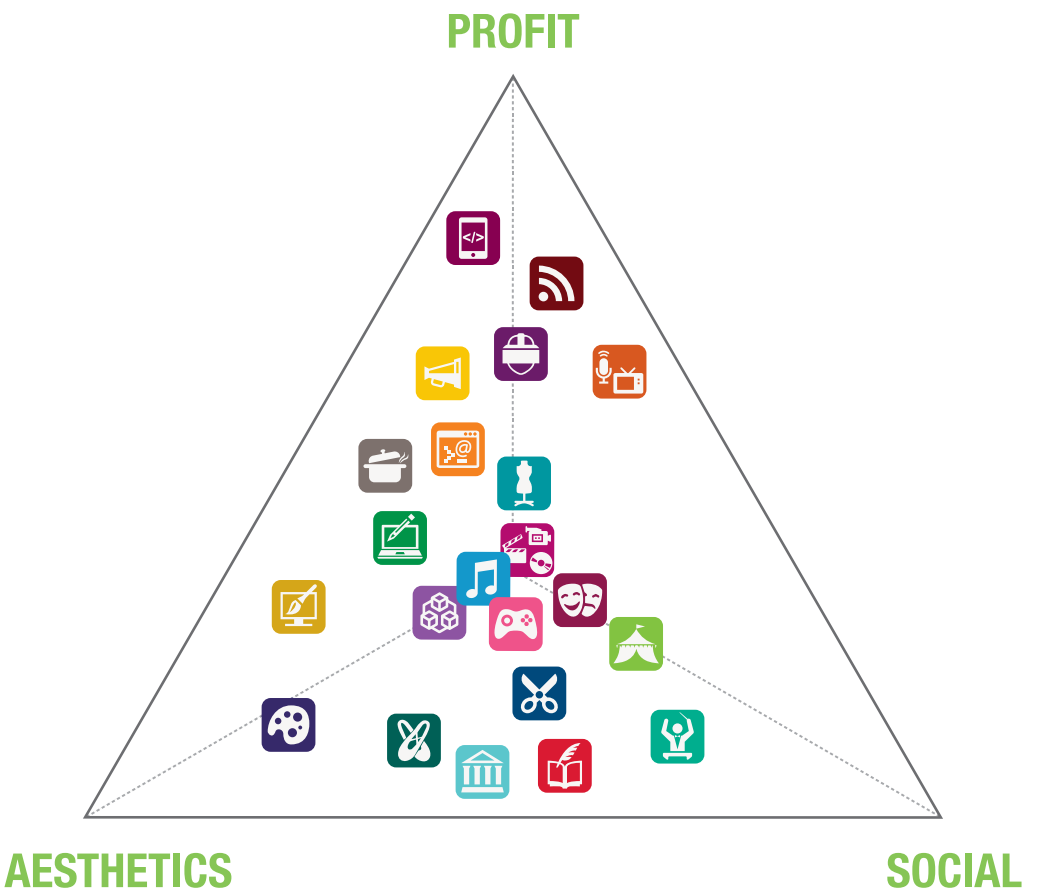
CULTURAL AND CREATIVE INDUSTRIES AND KNOWLEDGE TRANSFER

The economic fabric of CCI sector is strongly marked by small and medium-sized organisations with the majority of them being micro-companies (less than 10 employees). Such situation can be related to the tendency for CCI to be project and product driven, rather than vast ventures, and being volatile in their emergence and disappearance.

Whilst symbolic knowledge (with artistic or cultural value) constitutes the matter with which CCI work, they still require "analytical" (scientific) and "synthetic" (engineering) knowledge, technical skills, technology and other such practical settings to be able to bring symbolic codes into practice. Providing practical and theoretical digital and technological skills could thus amplify the creative capacity potential of CCI actors, granting them with a deeper understanding of the contexts in which they produce work. As such, fields as natural sciences and engineering can provide knowledge to these actors, in many respects: tools, equipment and data. Collaborations between such areas of research and the arts can furthermore be productive for both parts, providing scientists with a fresh understanding of their subject matter and artists with access to new concepts as well as materials to work with.

CULTURAL AND CREATIVE INDUSTRIES MOTIVATIONS

Not all CCI actors bear the same understanding of their action. A vast majority of orchestras, conservatories, fine artists and musicians have a focus that substantially differs from sectors such as advertising, graphic design, or apps developments. A great part of the CCI actors are driven by a desire to express some symbolic code and to try to communicate it, whilst focusing on acquiring economic recognition through it. Overall, one can propose three main sources of motivations that drive CCI organisations: profit, aesthetic and social/territorial grounds. Each CCI subsector has a different balance between these three grounds as shown in the picture below. These motivations tell that different actors will have different uses for knowledge, and should not be treated monolithically.



Each CCI subsector has a different balance between profit, aesthetic and social/territorial grounds

KNOWLEDGE TRANSFER MODEL FOR CULTURAL AND CREATIVE INDUSTRIES

Following these considerations and after a survey of CCI in the Atlantic Area, 4H-CREAT project partners propose a lean model of knowledge transfer, which takes into account the diversity of needs within specific regions, addressing their primary foci, the specificities of cultural and creative industries as an economic subsector, as well as the specific values and motivations which underpin those actors. From this model, one can draw three lines of intervention that could help derive regional policies to improve knowledge transfer from Higher Education Institutions (HEI) to CCI, fostering their growth and economic impact. These are:

- Increase knowledge transfer and entrepreneurship practices: fulfil the need for greater transfer of specialized skills identified by the CCI sectors, in terms of entrepreneurial and managerial practices, as well as mobilising knowledge with economic, social and cultural relevance from HEI to the CCI. Examples of initiatives that could be taken: collaborative economic observatories, collaborative specific curricula …

- Promote sharing of expertise amongst CCI: match a general need for greater knowledge collaboration between companies with HEI serving as translator-mediator. Examples of initiatives that could be taken: networks, business clusters, technopoles, fablabs, co-working spaces, online collaborative platforms, interchange of human resources ...

- Generate new CCI opportunities: the need to mobilise knowledge to develop new ventures, taking into account the specificities of the market, and promoting professionalisation of students and projects through collaborative engagements. Examples of initiatives that could be taken: universities spin-offs, acceleration programs, increase in research into business practices of CCI, joint internships …

This "policy toolkit" gathers more than 19 good practices developed in the Atlantic Area region, in line with this Knowledge Transfer Model, that could inspire Regional policy makers.

The detailed work on this Knowledge Transfer can be found in: Cruz, A. R., Almeida, R. N., Costa, P., Gato, M. A., and Perestrelo, M. (2019). Cultural and Creative Industries and Knowledge Production: Specificities in the Atlantic Area and Suggestion of a Transfer Model from Public Research to SME, Lisbon: DINÂMIA'CET-IUL - Centre for Socioeconomic and Territorial Studies, Instituto Universitário de Lisboa (Portugal). 2019, ISBN 978-989-781-061-9

Modèle de transfert de connaissances pour les ICC

Richard Florida, un théoricien américain des études urbaines, a proposé en 2002 le concept de « Classe Créative » définie par le modèle des 3T (Talent, Technologie, Tolérance). Il a montré le lien entre la présence de cette Classe Créative et le développement économique d'une région.
D'après cette théorie, les Industries Culturelles et Créatives (ICC) sont devenues un élément central des politiques économiques régionales et nationales. Leur pertinence économique est considérée comme un antidote aux effets négatifs de la post-industrialisation et de l'évolution de la production et de la consommation.

Entre temps, les politiques d'innovation, en particulier en lien avec les universités et leur rôle socio-économique, ont été axées sur l'augmentation de l'utilisation et de la valorisation des connaissances dans divers secteurs, mais ont accordé moins d'attention aux ICC et aux besoins qui pouvaient venir de ses sous-secteurs.

© Maxime Agrelli / Unsplash

QU'EST-CE QUE LES INDUSTRIES CULTURELLES CRÉATIVES ?

Les industries créatives sont celles qui trouvent leur origine dans la créativité, les compétences et les talents individuels. Elles comprennent également les industries qui ont le potentiel de créer de la richesse et des emplois grâce au développement, à la production ou à l'exploitation de la propriété intellectuelle. Les industries culturelles peuvent être définies comme les industries qui produisent des œuvres artistiques et créatives tangibles ou intangibles, et qui ont un potentiel de création de richesse et de génération de revenus grâce à l'exploitation des biens culturels et à la production de biens et de services basés sur le savoir.

Pour les besoins du projet 4H-CREAT, les deux secteurs sont combinés pour inclure 24 industries distinctes, comme le souligne le tableau ci-dessous.

Publicité	Dance/ballet	Réalité virtuelle
Architecture/design industriel	Théâtre	Design internet/multimédia
Mode	Orchestres/conservatoires	Beaux-arts/antiquités/sculpture
Vidéo/audio/films	TV et radio diffusion	Musées/galleries
Musique	Développement applications	Artisanat d'art
Photographie	Arts numériques	Cuisine créative
Design graphique	Influenceurs médias sociaux	Évènements/festivals
Édition	Jeux/animations	Design produits

INDUSTRIES CULTURELLES ET CRÉATIVES ET TRANSFERT DE CONNAISSANCES

Le tissu économique du secteur des ICC est fortement marqué par de petites et moyennes entreprises, la majorité étant des micro-entreprises (de moins de 10 employés). Cela peut être lié à la tendance des ICC à être axée sur les projets et les produits, plus que sur la création de grandes entreprises, et à être volatile dans leur émergence et leur disparition.

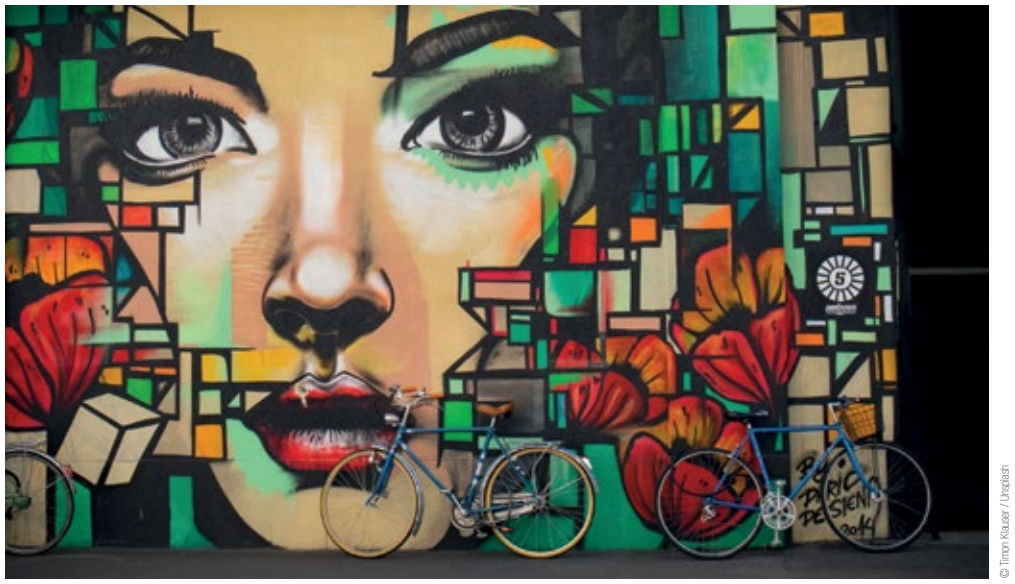
Le savoir symbolique (avec une valeur artistique ou culturelle) constitue la matière avec laquelle les ICC travaillent. Elles exigent alors une connaissance « analytique » (scientifique) et « synthétique » (ingénierie), des compétences techniques, de la technologie et d'autres paramètres pour pouvoir mettre en pratique les codes symboliques. Offrir des compétences numériques et technologiques pratiques et théoriques pourrait alors amplifier le potentiel créatif des acteurs des ICC, en leur accordant une connaissance plus approfondie des contextes dans lesquels ils produisent le travail.

Ainsi, des domaines comme les sciences naturelles et l'ingénierie pourraient fournir du savoir à ces acteurs, de multiples façons : outils, équipements et données. Des collaborations entre de tels domaines de recherche et les arts peuvent de plus être productives pour les deux parties, fournissant aux scientifiques une nouvelle compréhension de leur sujet et aux artistes un accès à de nouveaux concepts ainsi qu'à des matériaux avec lesquels travailler.

© Yifei Chen / Unsplash

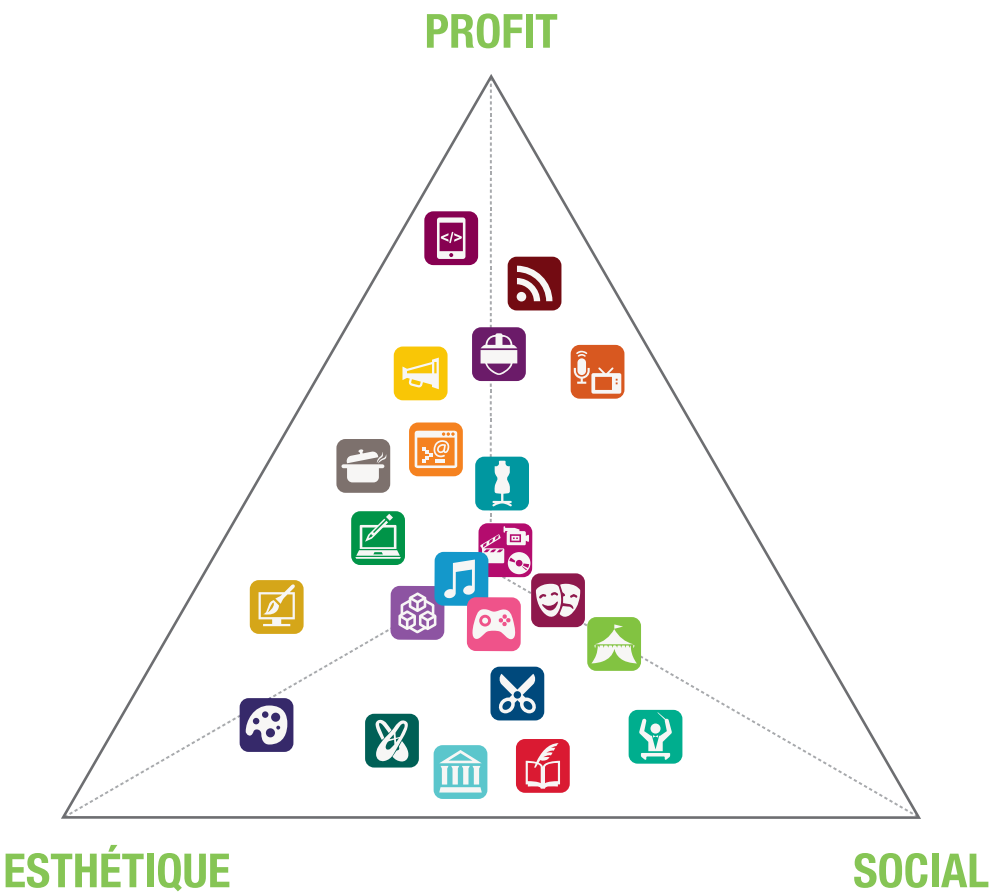
MOTIVATIONS DES INDUSTRIES CULTURELLES ET CRÉATIVES

Tous les acteurs des ICC n'ont pas la même compréhension de leur action. Une grande majorité des orchestres, conservatoires, artistes plasticiens et musiciens ont une orientation qui diffère des secteurs tels que la publicité, le graphisme ou le développement d'applications. La majorité des acteurs des ICC sont motivés par le désir d'exprimer un code symbolique et d'essayer de le communiquer, tout en se concentrant sur l'acquisition de reconnaissance économique.



© Timon Klauser / Unsplash

En général, on peut proposer trois sources principales de motivations qui animent les ICC : le profit, l'esthétique et les motifs sociaux/territoriaux. Chaque sous-secteur des ICC a un équilibre différent entre ces trois motifs, comme le montre l'image ci-dessous. Ces motivations indiquent que les acteurs utilisent différemment leurs connaissances, et ne doivent pas être traités de manière monolithique.



Chaque sous-secteur des ICC a un équilibre différent entre le profit, l'esthétique et les motifs sociaux/territoriaux

MODÈLE DE TRANSFERT DE CONNAISSANCE POUR LES INDUSTRIES CULTURELLES ET CRÉATIVES

Suite à ces considérations et après une étude des ICC dans l'espace Atlantique, les partenaires du projet 4H-CREAT proposent un modèle allégé de transfert de connaissance. Ce modèle prend en considération la diversité des besoins dans les régions, les particularités des industries culturelles et créatives en tant que sous-secteur économique, ainsi que les valeurs et les motivations spécifiques qui soutiennent ces acteurs. À partir de ce modèle, trois axes d'intervention se dessinent afin d'orienter les politiques régionales vers l'amélioration du transfert de connaissance des établissements d'enseignement supérieur (EES) ver les ICC, en favorisant leur croissance et leur impact économique. Il s'agit de :

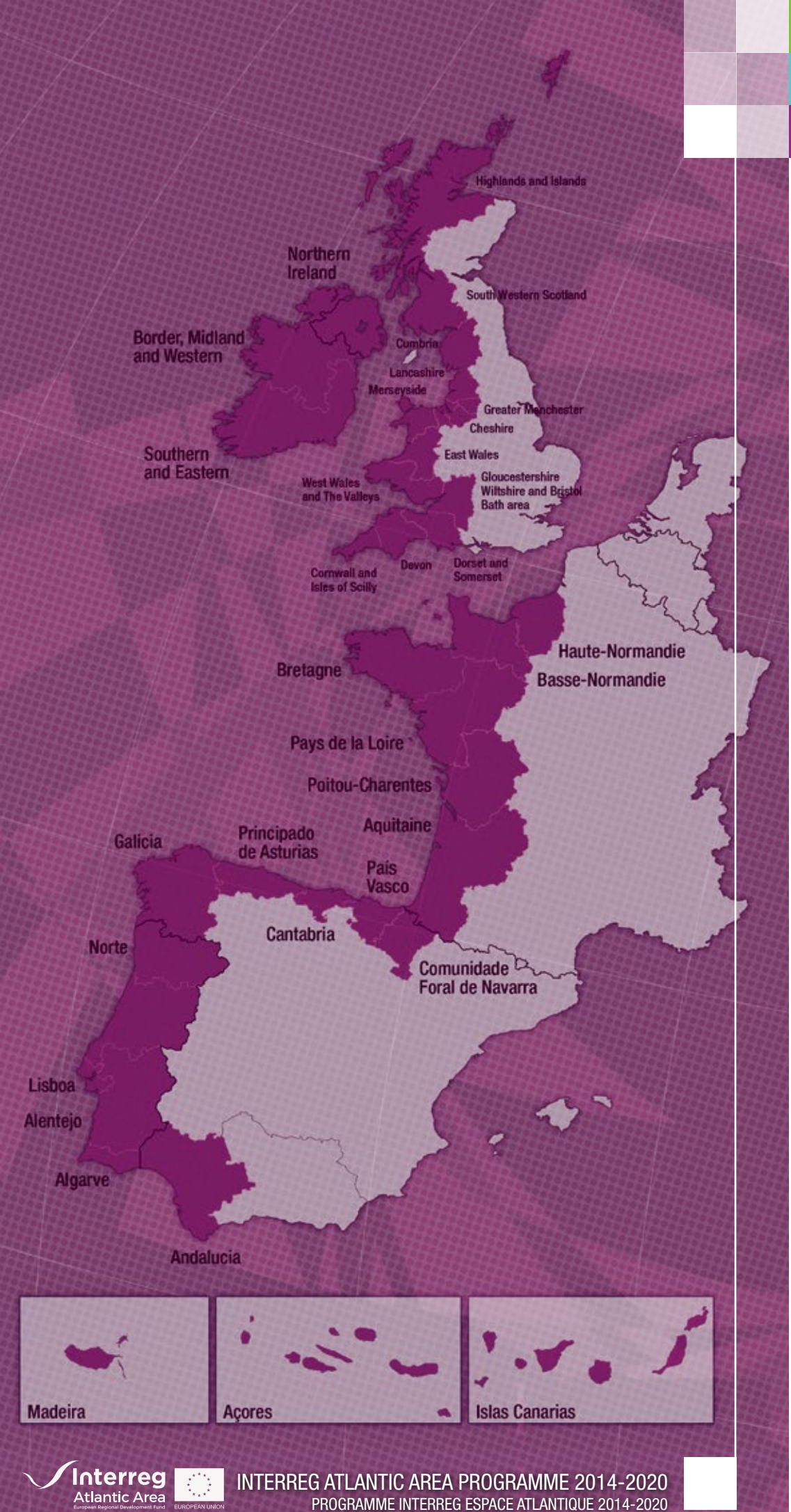
- Accroître le transfert de connaissance et les pratiques entrepreneuriales : répondre à la nécessité d'un plus grand transfert de compétences identifiées par les secteurs des ICC, en terme de pratiques entrepreneuriales et managériales, ainsi que de mobiliser les connaissances avec une pertinence économique, sociale et culturelle des EES vers les ICC. Ex. : observatoires économiques collaboratifs, programme spécifique collaboratif …

- Promouvoir le partage d'expertise vers les ICC : répondre à un besoin général d'une plus grande collaboration en matière de connaissance entre les entreprises et les EES grâce à un traducteur-médiateur.
  Ex. : réseaux, clusters d'affaires, technopoles, fablabs, espaces de co-working, plateformes collaboratives en ligne, échanges de ressources humaines…

- Générer de nouvelles opportunités pour les ICC : la nécessité de mobiliser le savoir pour développer de nouvelles entreprises, en tenant compte des besoins du marché, et en encourageant la professionnalisation des étudiants et des projets ayant des engagements collaboratifs.
  Ex. : spin-offs venant des universités, programmes d'accélération, augmentation de la recherche dans les pratiques commerciales des ICC, stages conjoints…

Ce « policy toolkit » rassemble plus de 19 bonnes pratiques développées dans la région Atlantique, en accord avec ce modèle de transfert de connaissance, qui pourraient inspirer les décideurs politiques régionaux.

Le travail détaillé sur ce Transfert de Connaissances se trouve dans : Cruz, A. R., Almeida, R. N., Costa, P., Gato, M. A., and Perestrelo, M. (2019). Cultural and Creative Industries and Knowledge Production: Specificities in the Atlantic Area and Suggestion of a Transfer Model from Public Research to SME, Lisbon: DINÂMIA'CET-IUL - Centre for Socioeconomic and Territorial Studies, Instituto Universitário de Lisboa (Portugal). 2019, ISBN 978-989-781-061-9



Mapping of the CCI in the Atlantic Area

from "Cultural and Creative Industries in the Atlantic Area : Mapping composite report August 2018"

Under the coordination of Glasgow Caledonian University, each partner of the EU project worked at local level to gather homogeneous data on the existing resources within their respective territory, enabling a quadruple helix cooperation in the framework of the cultural and creative industries.

The Atlantic Area CCI mapping exercise comprised six regions including South West Scotland, Southern Ireland, Pays de la Loire in France, Asturias and Andalucia in Spain and Lisbon in Portugal, each of the regions recording high levels of activity in the private sector. New technology, increasing demand, and sophisticated infrastructure alongside local government support have all made significant contributions to increasing the number of enterprises entering the CCI across the Atlantic Area.

The top five most prevalent CCI activities in the Atlantic Area include advertising featuring most frequently, followed by companies delivering content or support services in the music industry and video/audio services to the broadcasting industry. Fine arts also feature prominently most frequently in Spain and Portugal. Some regions reveal specialized activities that reflect the way in which the CCI have been supported. In Spain for example, the music industry features prominently across Andalucia; in Scotland the gaming industry has emerged as a world leading centre of excellence; in Lisbon the music and fashion industries are gaining a high profile while fine arts feature prominently in the Pays de la Loire region of France. In Ireland the graphic design and animation industry has received much attention and is reflected in the number of collaborations between the private sector and universities where specialist courses in animation have been developed.

All the data presented points to growth across the CCI in each of the regions and reflects the increasing opportunities presented by new technologies, industry support and increasing levels of demand both domestic and internationally. This is further evidenced by the number of new entrants emerging across the CCI in the Atlantic Area since 2000.

Around one third of all companies in the survey were established prior to the year 2000 suggesting a maturing industry but with scope for growth and development. The data shows an upward trajectory for new entrants into the CCI which points to a sector that continued to attract investment and entrepreneurs seeking to exploit new technologies for new products and services as well as delivering services and content for traditional types of creative and cultural demand at home and abroad.

© Freepik.com

One important factor driving growth across the CCI in the Atlantic Area is the ability of companies to identify and exploit opportunities in international markets. In the study, 55% of companies surveyed operated internationally.

By C. Combe, Glasgow Caledonian University
"Cultural and Creative Industries in the Atlantic Area: Mapping composite report August 2018"

Cartographie des ICC dans l'Espace Atlantique

« Industries culturelles et créatives de la région Atlantique : rapport de synthèse Août 2018. »

Sous la coordination de l'Université de Glascow Caledonian, chaque partenaire du projet européen a travaillé localement pour recueillir des données homogènes sur les ressources existantes sur leur territoire respectif, en favorisant une coopération Quadruple Helix dans le cadre des industries culturelles et créatives.

L'exercice de cartographie des Industries culturelles et créatives de la région Atlantique (ICC) comprenait six régions dont le sud-ouest de l'Écosse, l'Irlande du Sud, les Pays de la Loire en France, les Asturies et l'Andalousie en Espagne et Lisbonne au Portugal, chacune des régions enregistrant de hauts niveaux d'activité dans le secteur privé.
Les nouvelles technologies, la demande croissante et une infrastructure sophistiquée parallèlement au soutien des administrations locales ont apporté une contribution importante afin d'augmenter le nombre d'entreprises du secteur des ICC dans la région Atlantique.

Les cinq activités les plus répandues des ICC dans la région Atlantique comprennent tout d'abord la publicité, ensuite les entreprises qui fournissent du contenu ou des services de soutien dans l'industrie musicale et les services vidéo/audio de l'industrie de la radiodiffusion. Les beaux-arts occupent également une place importante le plus souvent en Espagne et au Portugal. Certaines régions révèlent des activités spécialisées qui reflètent la façon dont les ICC ont été soutenues. Par exemple en Espagne, l'industrie musicale occupe une place importante en Andalousie ; en Écosse l'industrie du jeu est devenue un centre d'excellence leader mondial ; à Lisbonne les industries de la musique et de la mode ont gagné une grande notoriété alors que les beaux-arts occupent une place de choix dans la région des Pays de la Loire en France. En Irlande, l'industrie du graphisme et celle de l'animation ont obtenu beaucoup d'attention et cela se reflète dans le nombre de collaborations entre le secteur privé et les universités où des cours spécialisés en animation ont été développés.

Toutes les données présentées indiquent une croissance des ICC dans chacune des régions et reflètent les opportunités croissantes offertes par les nouvelles technologies, le soutien de l'industrie et l'augmentation des niveaux de demandes à la fois nationales et internationales. C'est une tendance confirmée par le nombre de nouveaux arrivants qui ont fait leur apparition dans la région Atlantique depuis 2000.

Environ un tiers des entreprises de l'enquête ont été créées avant 2000, suggérant une industrie en maturation mais avec des possibilités de croissance et de développement. Les données révèlent une trajectoire ascendante pour les nouveaux arrivants dans les ICC qui pointe vers un secteur qui continue d'attirer les investissements et les entrepreneurs qui cherchent à exploiter les nouvelles technologies pour des nouveaux produits et services, ainsi que pour des prestations de service et de contenu pour des types traditionnels de demande créative et culturelle localement et à l'étranger.

© Quentin Pom

Street Art au pied de la cathédrale d'Angers

L'un des facteurs importants qui stimule la croissance des ICC de la région Atlantique est la capacité des entreprises d'identifier et d'exploiter les opportunités sur les marchés internationaux. Dans l'étude, 55 % des entreprises interrogées ont opéré à l'international.

Par C. Combe, Glasgow Caledonian University
« Cartographie des ICC de l'espace atlantique : rapport de synthèse d'août 2018 »

AN EXAMPLE OF A REGIONAL STRATEGY

UN EXEMPLE DE STRATÉGIE RÉGIONALE

Région
PAYS DE LA LOIRE

REGIONAL INNOVATION STRATEGY FOR A SMART SPECIALISATION IN PAYS DE LA LOIRE (2014-2020)

In order to respond to the Europe 2020 strategy, which promotes "inclusive intelligent, sustainable and social" growth, the European Commission has invited the regional authorities of each member state to establish their "Research and Innovation Strategies for Smart Specialisation". It is of interest to identify the territorial and competitive technological areas or sectors, to deploy strategic and operational governance, and to define a funding strategy for innovation projects and an evaluation method for initiatives taken.

THE CULTURAL AND CREATIVE INDUSTRIES

The European Commission has identified CCI that account for 2.6% of the GNP of the European Union as *"those industries producing and distributing goods or services which at the time they are developed, are considered to have a specific attribute, use or purpose which embodies or conveys cultural expressions, irrespective of the commercial value they may have"*. [1]

"Les Folles Journées" in Nantes

THE STRATEGY OF PAYS DE LA LOIRE

The Pays de la Loire region is the 5th region in France in terms of the number of establishments qualifying as CCI. They account for 87,000 jobs with a growth rate of 51% over the period 1993/2010. Over the last 15 years, the growth rate is 430% in the digital sector and 43% in live events.

The Pays de la Loire have a transversal and ambitious vision to two innovative areas: IT and the professional electronics industry with the objective of developing a digital economy and society; and the CCI with the objective of cross fertilization with other sectors, by paying special attention to design. These two areas are crucial to achieve the objectives of both the digitalisation of society and the association between creation and innovation.

A STRUCTURING TO BE ENCOURAGED

The CCI are important sources of growth for the European economy and have a knock-on effect on other economic sectors. A majority of territories are attached to the idea of reinforcing the connections between creativity and innovation but these initiatives must be characterized by a certain coherence. In addition, vertical approaches are prerequisites for cross fertilisation approaches. Support for creation, production, dissemination and distribution of artistic and cultural goods and services must therefore be the subject of special attention in order to maintain a favourable environment for innovation and creativity. Understanding of the creative and cultural sectors must progress in order to be able to support them, in their structuring and the construction of economic models, and to be able to fully grasp the opportunities.

[1] GREEN PAPER - Unlocking the potential of cultural and creative industries – European Commission, April 2010

Région
PAYS DE LA LOIRE

LA STRATÉGIE RÉGIONALE D'INNOVATION POUR UNE SPÉCIALISATION INTELLIGENTE EN PAYS DE LA LOIRE (2014-2020)

Afin de répondre à la stratégie Europe 2020, qui promeut une croissance « intelligente, durable et socialement inclusive », la Commission Européenne a invité les autorités régionales de chaque état membre, à l'établissement des « stratégies de recherche et d'innovation fondées sur des spécialisations intelligentes ». L'intérêt est d'identifier les domaines ou secteurs technologiques compétitifs des territoires, de déployer une gouvernance stratégique et opérationnelle, et de définir une stratégie de financement des projets d'innovation et une méthodologie d'évaluation des actions menées.

LA FILIÈRE DES INDUSTRIES CULTURELLES ET CRÉATIVES

La Commission Européenne identifie les ICC qui représentent 2,6% du PIB de l'Union, comme *« les industries qui produisent et diffusent des biens ou des services considérés au moment de leur conception comme possédant une qualité, un usage ou une finalité spécifique qui incarne ou véhicule des expressions culturelles, indépendamment de la valeur commerciale que ces biens ou services peuvent avoir »*[1].

Le Mans fait son cirque

LA STRATÉGIE DES PAYS DE LA LOIRE

La région Pays de la Loire est la 5ème région de France en nombre d'établissements liés aux ICC. Ceux-ci représentent 87 000 emplois avec une croissance de 51% sur la période 1993/2010. Sur les 15 dernières années la croissance est de 430% dans le numérique et 43% dans le spectacle vivant.

Les Pays de la Loire portent une vision transversale et ambitieuse de deux champs d'innovation : l'informatique et l'électronique professionnelle dans un objectif de développement d'une économie et d'une société numériques ; et les ICC dans un objectif de fertilisation croisée avec les autres filières, en portant une attention particulière au design. Ces deux domaines sont essentiels à l'atteinte des objectifs de numérisation de la société mais aussi à un rapprochement entre création et innovation.

UNE STRUCTURATION À ENCOURAGER

Les ICC sont des relais de croissance importants pour l'économie européenne et ont un effet d'entraînement sur les autres filières économiques. Une majorité de territoires s'attachent à renforcer les liens entre créativité et innovation mais ces initiatives doivent faire l'objet d'une mise en cohérence. De plus, les approches verticales sont un préalable aux approches de fertilisation croisée. Le soutien à la création, à la production, à la diffusion et à la distribution, des biens et services artistiques et culturels doit donc faire l'objet d'une attention particulière afin d'entretenir un environnement favorable à l'innovation et à la créativité. La connaissance des filières créatives et culturelles doit progresser afin de mieux les accompagner, dans leur structuration et la construction de modèles économiques, et de pouvoir en saisir pleinement les opportunités.

[1] LIVRE VERT - Libérer le potentiel des industries culturelles et créatives –Commission Européenne, Avril 2010

GOOD PRACTICES

BONNES PRATIQUES

GOOD PRACTICES USER MANUAL

LES BONNES PRATIQUES MODE D'EMPLOI

With the support of all partners, Laval Mayenne Technopole collected 19 good practices identified throughout the project. They have been classified under the 3 lines of intervention, as stated in the Knowledge Transfer model. These are practical examples that will guide regional policies to support Cultural and Creative Industries in their growth and economic impact.

NETWORKING & CLUSTERING
To facilitate the networking and clustering activities among CCI to increase collaboration

KNOWLEDGE TRANSFER
To encourage a greater transfer of specialized skills to the CCI in terms of entrepreneurial and managerial practices

NEW BUSINESS
To support the creation and development of new ventures, taking into account the specificities of the market of the CCI

Avec le soutien de l'ensemble des partenaires, Laval Mayenne Technopole a rassemblé 19 bonnes pratiques identifiées tout au long du projet. Elles ont été classés selon les 3 axes d'intervention, définies dans le modèle de Transfert de Connaissances. Ce sont autant d'exemple concrets qui guideront les politiques régionales de soutien aux Industries Culturelles et Créatives dans leur croissance et leur impact économique.

MISE EN RÉSEAU ET CLUSTERING
Faciliter les activités de réseautage et de regroupement entre ICC pour accroître la collaboration

TRANSFERT DE CONNAISSANCES
Encourager un plus grand transfert de compétences spécialisées vers les ICC en termes de pratiques entrepreneuriales et managériales

NOUVELLES OPPORTUNITÉS
Soutenir la création et le développement de nouvelles entreprises, en tenant compte des spécificités du marché des ICC

GATHERING THE DIGITAL ECOSYSTEM

NETWORKING & CLUSTERING

AT THE HEART OF THE BIGGEST ROCK FESTIVAL IN BRITTANY…

The West Web Festival is a festival that takes place over two days in July in the commune of Carhaix-Plouguer, in the middle of Brittany in Finistère. It is organised by the venture capital fund and startup accelerator West Web Valley. Based on the SXSW of Austin (Texas) model, it is a major European digital ecosystem event at the heart of the biggest rock festival on the Continent: The Vieilles Charrues Festival! The West Web Festival offers conferences on digital technology and innovation, workshops, networking, a competition between startups…

… A MAJOR EUROPEAN DIGITAL ECOSYSTEM EVENT

Created in 2012, the West Web Festival's purpose is to give visibility to the digital ecosystem of the Grand Ouest Region of France at a national and international level. This means a unique and ambitious event that gathers the economic decision-makers of tomorrow. Startups and company managers from all walks of life meet to exchange, share and build the future. The conference program gives the floor to company directors in phase with digitalization and young digital entrepreneurs. The experience of senior executives benefits the innovation of the younger generation, and vice-versa.

A CHALLENGE THAT COMBINES DIGITAL TECHNOLOGY, BUSINESS AND MUSIC!

Within this framework, a call for projects is organized. 1,000 applications were submitted in 2019. Starting from that, the quarter-finals, the semi-finals and the finals take place during the West Web Festival, in the form of battles where two startups are called on stage and confront each other verbally for a short time. The most convincing and promising startup wins a trip to Silicon Valley, a meeting with the Secretary of State for the digital economy, as well as numerous other prizes. The festival-goers also have the opportunity, thanks to their entry ticket, to watch an unlimited number of Vieilles Charrues concerts in the evening.

AN ATYPICAL FORMAT THAT HAS PROVED ITSELF

The festival already has 6 editions to its name. In 2019, 1,000 spectators over 2 days and 35,000 internauts took part via streaming. Since its inception, this summer university of the European web has welcomed numerous personalities from the national (Jean-David Chamboredon, Fleur Pellerin) and international (Google, Facebook, Amazon, LinkedIn) Tech scene. Without forgetting that the West Web Festival takes place during one of the biggest European music festivals, Les Vieilles Charrues (270,000 festival-goers in 2019 over 4 days).

"Confront visions, be inspired and always see further, bigger, and know how to take advantage of the digital revolution, which has not yet finished turning the codes upside down at a frenetic pace. There is a good appetite for digital. Nevertheless, there are lots of attempts and occasional failures in the sector. Everyone is searching for the Holy Graal and right buttons to push for success."

Sébastien LE CORFEC / Founder of West Web Valley

WWW.WEST-WEB-FESTIVAL.FR

Image source: west-web-festival.fr

RÉUNIR L'ÉCOSYSTÈME DIGITAL

MISE EN RÉSEAU ET CLUSTERING

AU COEUR DU PLUS GRAND FESTIVAL DE BRETAGNE...

Le West Web Festival est un festival se déroulant pendant deux jours en juillet dans la commune de Carhaix-Plouguer, en centre Bretagne dans le Finistère. Il est organisé par le fonds de capital-risque et accélérateur de startups West Web Valley. Sur le modèle du SXSW d'Austin (Texas), c'est un événement majeur de l'écosystème numérique européen au coeur du plus grand festival de rock du continent : les Vieilles Charrues ! Le West Web Festival propose des conférences sur le digital et l'innovation, des ateliers, du networking, une compétition entre startups…

© Franz-Renan Joly

… UN ÉVÉNEMENT MAJEUR DE L'ÉCOSYSTÈME NUMÉRIQUE EUROPÉEN

Créé en 2012, le West Web Festival a pour objectif de donner de la visibilité à l'écosystème numérique du Grand Ouest de la France au niveau national et international. Il s'agit d'un événement unique et ambitieux qui rassemble les décideurs de l'économie de demain. Startupers et managers d'entreprises de tous horizons se rencontrent pour échanger, partager, construire l'avenir. Le programme des conférences distribue la parole entre dirigeants de sociétés en phase de digitalisation et jeunes créateurs d'entreprises numériques. L'expérience des uns profite à l'innovation des autres, et vice-versa. Un challenge qui allie digital, business et musique !

UN DÉFI QUI ALLIE TECHNOLOGIE NUMÉRIQUE, ENTREPRISE ET MUSIQUE !

Dans ce cadre, est organisé un appel à projets. 1 000 dossiers ont été déposés en 2019. Par la suite, les quarts de finale, les demi-finales et la finale ont lieu pendant le West Web Festival, sous forme de battles où deux startups sont appelées sur scène et s'affrontent verbalement durant un temps court. La startup la plus convaincante et la plus prometteuse gagne un voyage dans la Silicon Valley, une rencontre avec le Secrétaire d'État au numérique ainsi que de nombreux autres lots. Les festivaliers ont par ailleurs l'opportunité grâce à leur ticket d'entrée de profiter en illimité des concerts des Vieilles Charrues en soirée.

Michel-Edouard Leclerc au West Web Festival 2017

UN FORMAT ATYPIQUE, QUI A FAIT SES PREUVES

Ce festival a déjà connu 6 éditions. En 2019, 1000 spectateurs sur 2 jours et 35 000 internautes en streaming y ont assisté. Depuis ses origines, cette université d'été du web européen a reçu de nombreuses personnalités de la Tech nationale (Jean-David Chamboredon, Fleur Pellerin) et internationale (Google, Facebook, Amazon, LinkedIn). Sans oublier que le West Web Festival se déroule durant un des plus gros festivals européens de musique, Les Vieilles Charrues (270 000 festivaliers en 2019 pendant 4 jours).

Le West Web Festival les 13 et 14 juillet 2017 à Carhaix

« Confronter les visions, s'inspirer et voir toujours plus loin, plus grand, et savoir tirer profit d'une révolution digitale qui n'a pas fini de bouleverser les codes à un rythme effréné . Il y a une forte appétence pour le digital. Pour autant, dans ce secteur, il y a beaucoup de tentatives et parfois des échecs. Tout le monde est en quelque sorte à la recherche du graal et des bonnes ficelles pour réussir. »

Sébastien LE CORFEC / Fondateur de la West Web Valley

WWW.WEST-WEB-FESTIVAL.FR

Source images : west-web-festival.fr

VALORISING HERITAGE

KNOWLEDGE TRANSFER

CREATION OF CULTURAL MEDIATION TOOLS BASED ON VIRTUAL REALITY (VR) AND AUGMENTED REALITY (AR)

Cultural and heritage sites are today confronted by important economic challenges. The purpose of VISTA-AR is to boost the tourism revenue of these sites, generated by an increase in the number of visits. The project, funded by the programme Interreg France (Manche) England, aims to create new visitor experiences by adopting advanced digital technologies, in particular VR and AR, at the cultural and heritage sites of project partners.

Two strategies have been developed:

- the proposal of a common mediation framework to amend specific contents (history/scenario, multimedia documents, 2D and 3D content, …), unique to each site.
- the creation of a library with 3D elements (architecture, personalities and characters, objects) allowing inter-site sharing in the medium-term of decorative elements that enrich devices already in place.

AN OFFICIAL LAUNCH IN 2021

For the moment, the platform is in the process of being finalised, but the tools developed are already operational. The production of a VR and AR mediation device is feasible in less than 2 days. The first test results have been carried out on the project's experimental sites at the Château of Fougères and Exeter Cathedral and on certain deployment sites such as the Bottalack site run by the National Trust.

WWW.VISTA-AR.EU

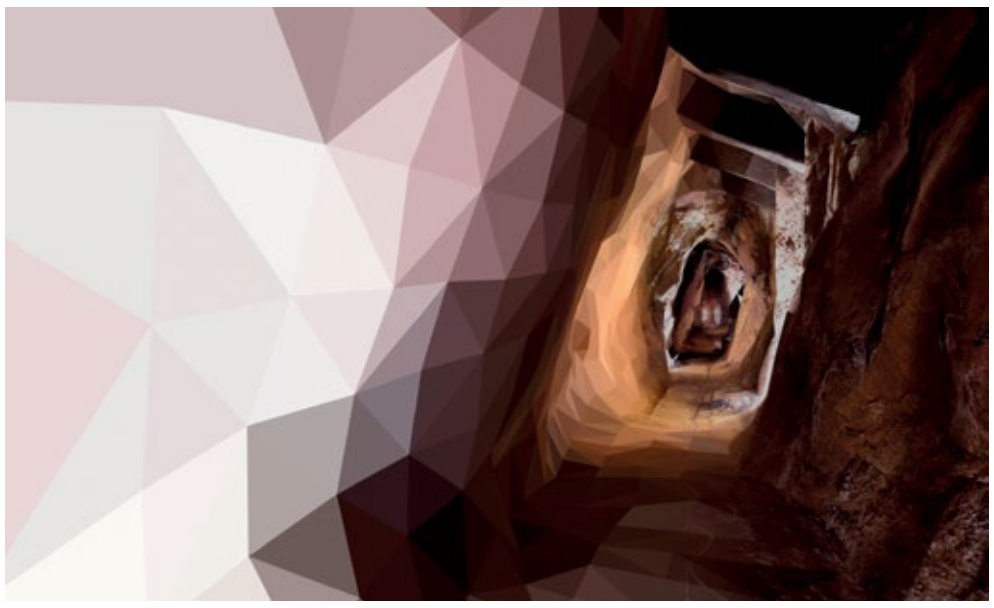
Image source: vista-ar.eu

VALORISER LE PATRIMOINE

TRANSFERT DE CONNAISSANCES

CRÉATION D'OUTILS DE MÉDIATION CULTURELLE BASÉS SUR LES RÉALITÉS VIRTUELLE (RV) ET AUGMENTÉE (RA)

Les sites culturels et patrimoniaux sont aujourd'hui confrontés à des défis économiques importants. La finalité de VISTA-AR est l'augmentation des revenus touristiques de ces sites, générée par la croissance de la fréquentation. Le projet, financé par le programme Interreg France (Manche) Angleterre, vise à créer de nouvelles expériences visiteurs en adoptant des technologies numériques de pointe, notamment la RV et la RA, dans des sites culturels et patrimoniaux partenaires.



Deux stratégies ont été développées :

- la proposition d'un cadre commun de médiation à amender de contenus spécifiques (histoire/scénario, documents multimédias, contenus 2D et 3D, …) propres à chaque site.
- la création d'une bibliothèque d'éléments 3D (architecture, personnages, objets) permettant à moyen terme de mutualiser entre sites des éléments de décors permettant d'enrichir les dispositifs.

UN LANCEMENT OFFICIEL EN 2021

Pour le moment, la plateforme est en cours de finalisation, mais les outils développés sont déjà opérationnels. La production d'un dispositif de médiation en RV et RA est faisable en moins de 2 jours. Les premiers tests des résultats ont été menés sur les sites d'expérimentations du projet au Château de Fougères et à la Cathédrale d'Exeter et sur certains sites de déploiement tel que le site de Bottalack du National Trust.

WWW.VISTA-AR.EU

Source image : vista-ar.eu

CREATING A FABLAB

NEW BUSINESS

A DIGITAL MANUFACTURING LABORATORY FOR LOCAL DEVELOPMENT

To respond to the economic crisis of 2008, Lisbon initiated a strategy to promote entrepreneurship and launched several initiatives dedicated to entrepreneurship and innovation such as incubators and accelerators. To answer the need of a place for citizens to develop, share and test ideas related to hardware and product development, FabLab appeared as the ideal solution.

A RECOGNIZED SUCCESS

The success of this strategy has been internationally recognized: in June 2014, Lisbon received the European Entrepreneurial Region of the Year 2015 award. It was the first time that this award, attributed by the European Union to regions that promote entrepreneurship and innovation in small and medium enterprises, was given to a city - and not to a region. It gave Lisbon a great boost to develop new initiatives. There are more and more funds available, from international organisations - the European Union, the World Bank, also from municipalities.

THE FABLAB PLATEFORM

Fablab Lisboa is a laboratory for digital fabrication and prototyping with the aim of supporting creativity and the development of new collaborative projects through access to equipment and knowledge.

FABLABLISBOA.PT

Image source: fablablisboa.pt

fablab LISBOA

CRÉER UN FABLAB

NOUVELLES OPPORTUNITÉS

UN LABORATOIRE DE PRODUCTION NUMÉRIQUE POUR LE DÉVELOPPEMENT LOCAL

En réponse à la crise économique de 2008, Lisbonne a lancé une stratégie afin de promouvoir l'entrepreneuriat et a initié plusieurs initiatives dédiées à l'entrepreneuriat et à l'innovation comme les incubateurs et les accélérateurs. Afin de répondre au besoin d'un lieu pour que les citoyens puissent développer, partager et tester des idées en lien avec le développement de matériel et de produits, le FabLab est apparu comme la solution idéale.

UN SUCCÈS RECONNU

Le succès de cette stratégie a été reconnu internationalement : en juin 2014, Lisbonne a reçu le prix de la Région Entrepreneuriale Européenne de l'année 2015. C'était la première fois que cette récompense, décernée par l'Union européenne aux régions qui favorisent l'entrepreneuriat et l'innovation dans les petites et moyennes entreprises, était attribuée à une ville. Cela a donné à Lisbonne un formidable élan pour développer de nouvelles initiatives. De plus en plus de fonds sont devenus disponibles, provenant d'organisations internationales, de l'Union Européenne, la Banque Mondiale et également des municipalités.

LA PLATEFORME FABLAB

Fablab Lisboa est un laboratoire destiné à la production numérique et au prototypage dont le but est de soutenir la créativité et le développement de nouveaux projets collaboratifs en favorisant l'accès à l'équipement et au savoir.

FABLABLISBOA.PT

Source image : fablablisboa.pt

fablab LISBOA

PERFORMING AN INNOVATIVE SHOW WITH LOCALS

NEW BUSINESS

MUCH MORE THAN A SHOW, A CULTURAL VOCATION

In Vendée in 1978, Philippe de Villiers chose the ruins of the Château of Puy du Fou for his night spectacle about the history of Vendée. Forty years on, this spectacle, called "cinéscénie" is world renowned, just like the Grand Park, created 10 years later, which has become the 2nd most visited attraction park in France with 2.3 million visitors in 2019.

© Stéphane Audran

A TERRITORIAL PROJECT BY AND FOR THE INHABITANTS

In 1978, volunteers from Vendée played out their own history around the counter revolution of 1793. This staging, which combined stage fireworks and pyrotechnics, met with success. In addition, the ambition of its creator was to set up a project dedicated to culture.
So, in 1989, the Grand Park of Puy du Fou opened its doors. The park lets visitors discover a complete fresco of the history of France, from the Romans and Clovis to the 'Poilus' of the First World War. Moreover, 29 schools were created to train future artists and technicians. In 2015, a general school, from primary to secondary, was created.

AN ATTRACTIVE MODEL THAT EXPORTS WELL

Thanks to its tourism success, the park contributes to the low level of unemployment in the region, which benefits from its high attractivity. The park's savoir-faire is renowned and spectacles are designed for other parks (in the Netherlands or England). It is a model that exports well with the opening of a 2nd park at Toledo in 2019 and others to come around the world.

WWW.PUYDUFOU.COM

RÉALISER UN SPECTACLE INNOVANT AVEC LES HABITANTS

NOUVELLES OPPORTUNITÉS

BIEN PLUS QUE DU SPECTACLE, UNE VOCATION CULTURELLE

En 1978, en Vendée, Philippe de Villiers choisit les ruines du château du Puy du Fou pour le projet de spectacle nocturne sur l'histoire de la Vendée. 40 ans plus tard, ce spectacle, nommé « cinéscénie » est mondialement connu. Tout comme le Grand Parc, créé 10 ans plus tard, devenu le 2ème parc d'attraction le plus visité de France avec 2,3 millions de visiteurs en 2019.

UN PROJET DE TERRITOIRE PAR ET POUR LES HABITANTS

En 1978, les vendéens bénévoles, jouent leur propre histoire organisée autour de la contre-révolution de 1793. Cette mise en scène qui allie artifices scéniques et pyrotechniques rencontre le succès. Par ailleurs, l'ambition du créateur est de monter un projet à vocation culturelle.
Ainsi, en 1989, le Grand Parc du Puy du Fou ouvre ses portes. Celui-ci amène les visiteurs à découvrir une fresque complète de l'histoire de France, des Romains à Clovis, jusqu'aux Poilus de la Première Guerre mondiale. De plus, 29 écoles ont été créées pour former les futurs artistes et techniciens. En 2015, une école généraliste, du primaire au collège, a vu le jour.

© Alain Monéger

UN MODÈLE ATTRACTIF QUI S'EXPORTE

Grâce à son succès touristique, le parc contribue au faible taux de chômage de ce département qui bénéficie d'une grande attractivité. Le savoir-faire est reconnu et des spectacles sont conçus pour d'autres parcs (Pays-Bas, Angleterre). C'est un modèle qui s'exporte avec l'ouverture d'un 2ème parc à Tolède en 2019 et d'autres à venir dans le monde entier.

WWW.PUYDUFOU.COM

ASSOCIATING ART AND BUSINESSES

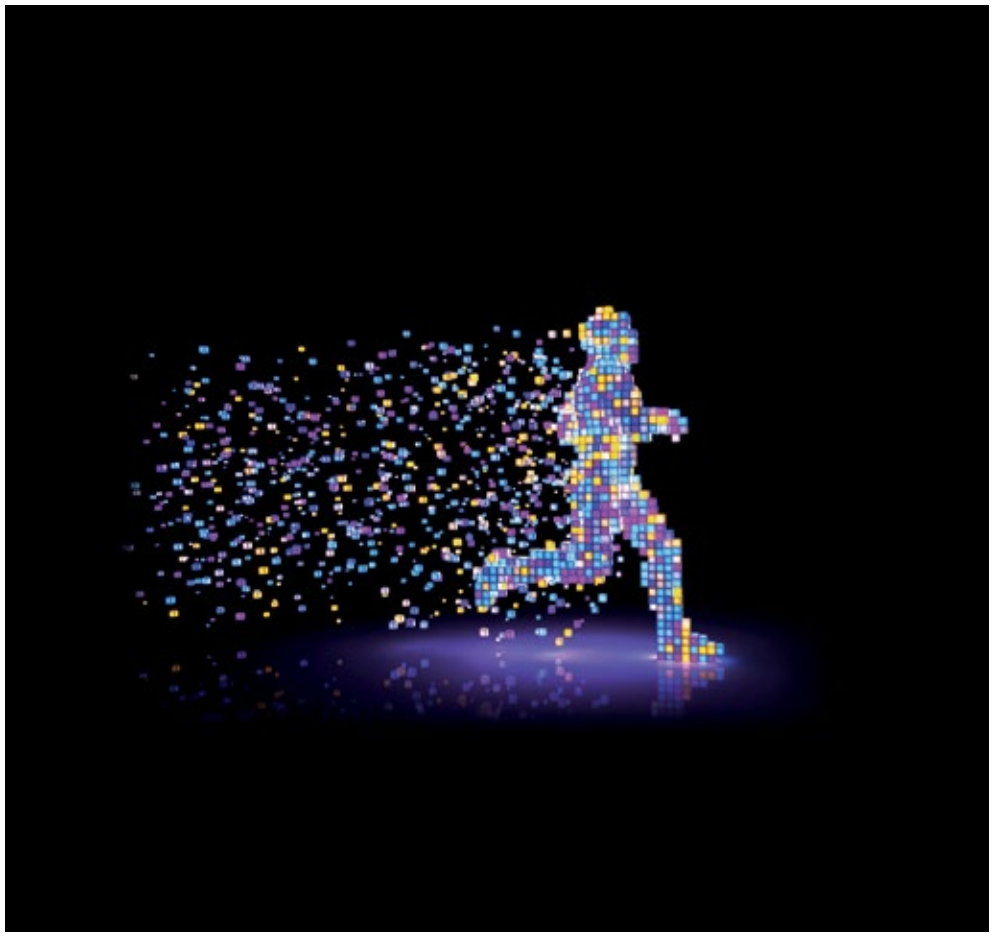
KNOWLEDGE TRANSFER

THE MEETING BETWEEN ART, INDUSTRY AND RESEARCH

All too often, the worlds of business, art and research coexist without really conversing between themselves. In order to accelerate their exchanges, the Pays de la Loire region has launched "Culture au futur". This concept, created by the cultural engineering agency CreativeTech, brings together the region's economic, cultural and technological players by involving them in an artistic dynamic. It is a way for the Region to *"promote and develop excellence and the reputation of its players and sectors of industry etc., by putting them at the service of culture".*

The unfolding of season 1 of the "Incredible manufacture" in three stages:

1. A call for projects was launched in spring of 2019 and five artists were selected to invest five flagships of industry and crafts of the Pays de la Loire.
2. For almost six months, workshops combined technical skills (the expertise of a company), research and development skills (from universities and laboratories) and creative skills (artists, designers) to encourage the creation of works from new technological supports or materials. The idea is to develop innovative projects, questioning the influence of robotics, artificial intelligence, virtual reality etc.
3. The prototypes or works created by the workshops are going to be staged around a common theme and unveiled to the public at a grand event.



© iLexx / source: region Pays de la Loire

FOCUS ON THE COLLABORATION OF TOILES DE MAYENNE

Founded in 1806 in Fontaine-Daniel (53), Toiles de Mayenne describes itself as a global concept based on four main crafts: design, manufactured home fabrics, custom-made clothing and personalised decoration advice.

Image source: IDEAT

Toiles de Mayenne's workshop

The textile designer Pietro Seminelli was selected to work on the development of the material (aesthetic acoustic insulator) and on research for a textile fabric designed from recycled elements. The University of Le Mans provided its unique expertise in acoustics to optimize and characterize this new material.

Image source: IDEAT

Textile designer Pietro Seminelli

> *"Our enterprise is historic in Mayenne. We have always tried to innovate so that our fabrics are able to meet customer expectations […] This challenge has come just at the right time as it is going to let us boost our creativity. I believe that Pietro Seminelli's artistic propositions may be the intelligent, aesthetic solutions to further enhance our fabrics and to endow them with new acoustic, ecological qualities."*
>
> **Jérôme COUASNON / Director General of Toiles de Mayenne**
> (sources regions-france.org 14/10/19)

Project backed by the Pays de la Loire region, led by CreativeTech, a cultural engineering agency that orchestrates the meeting of artists, scientists and entrepreneurs to generate innovation, events and exhibitions.

WWW.PAYSDELALOIRE.FR/DOSSIERS-THEMATIQUES/CULTURE-AU-FUTUR
WWW.THECREATIVETECH.FR

ASSOCIER L'ART ET L'ENTREPRISE

TRANSFERT DE CONNAISSANCES

LA RENCONTRE ENTRE L'ART, L'INDUSTRIE ET LA RECHERCHE

Trop souvent, les mondes de l'entreprise, de l'art et de la recherche coexistent sans réellement dialoguer entre eux. C'est pour accélérer leurs échanges que la Région des Pays de la Loire a lancé « Culture au Futur ». Ce concept imaginé par l'agence d'ingénierie culturelle CreativeTech, permet de fédérer les acteurs économiques, culturels et technologiques du territoire autour d'une dynamique artistique. C'est une manière pour la Région de *« valoriser et développer l'excellence et le rayonnement de ses acteurs et des métiers de son industrie […] en les mettant au service de la culture. »*

Le déroulement de la 1ère saison de « L'incroyable manufacture » en trois étapes :

1. Un appel à projets a été lancé au printemps 2019 et cinq artistes ont été sélectionnés pour intégrer cinq fleurons de l'industrie et de l'artisanat des Pays de la Loire.
2. Pendant près de six mois, des ateliers ont associé des compétences techniques (le savoir-faire d'une entreprise), des compétences de recherche et développement (d'universités, de laboratoires) et des compétences créatives (artistes, designers) pour susciter la création d'œuvres à partir de supports technologiques ou de matériaux nouveaux. L'idée est de développer des projets innovants, questionnant l'influence de la robotique, des intelligences artificielles, de la réalité virtuelle…
3. Les prototypes ou œuvres, issus des ateliers, seront mis en scène autour du thème commun et seront dévoilés au public lors d'un grand évènement.

Source image : creativetech.fr

FOCUS SUR LA COLLABORATION DES TOILES DE MAYENNE

Fondée en 1806 à Fontaine-Daniel (53), Toiles de Mayenne se définit comme un concept global autour de quatre métiers : la création, la fabrication de tissus pour la maison, la confection à façon et le conseil en décoration personnalisé.

Source image : IDEAT

Atelier des Toiles de Mayenne

C'est le designer textile, Pietro Seminelli, qui a été choisi pour travailler sur le développement de la matière (isolant acoustique esthétique) et sur la recherche d'un matériau textile conçu à partir d'éléments recyclés. L'Université du Mans a apporté ses compétences uniques en matière d'acoustique pour optimiser et caractériser ce nouveau matériau.

© Sandrine roudeix

Le designer textile Pietro Seminelli

« Notre entreprise est historique en Mayenne. Nous avons toujours essayé d'innover pour que nos tissus puissent répondre aux attentes de nos clients. […] Ce challenge arrive à point nommé car il va permettre de booster notre créativité. Je crois que les propositions artistiques de Pietro Seminelli pourront être des solutions intelligentes, esthétiques pour sublimer davantage nos tissus ou leur conférer de nouvelles qualités, acoustiques, écologiques. »

Jérôme COUASNON / Directeur Général des Toiles de Mayenne
(sources regions-france.org 14/10/19)

Projet porté par la Région Pays de la Loire, piloté par CreativeTech, une agence d'ingénierie culturelle qui orchestre la rencontre entre artistes, scientifiques et entrepreneurs pour générer de l'innovation, des événements, des expositions.

WWW.PAYSDELALOIRE.FR/DOSSIERS-THEMATIQUES/CULTURE-AU-FUTUR
WWW.THECREATIVETECH.FR

BRINGING OUT NEWS IDEAS

NEW BUSINESS

48 HOURS TO CREATE A GAME !

The Global Game Jam® (GGJ®) is the world's largest game creation event taking place in physical locations across the globe. It's 48-hour hackathon focused on game development around a theme. It was founded in 2008 as a project of the International Game Developers Association's Game Education Special Interest Group.

A CHALLENGE BUT NOT A COMPETITION

GGJ's mission is to stimulate innovation, experimentation and collaboration in games. The annual event begins on a Friday afternoon and kicks off with video keynotes and advices from leaders in the game development industry. The jam formally begins after an announcement of the year's theme, kept secret until the last second and not revealed publicly. The GGJ encourages collaboration and is not a competition. Anyone can apply to host a jam site as long as they have a dedicated jam organiser who agrees to follow a few rules and a venue with internet access. Each event offers an intellectual challenge where people are invited to try new technology and tools while exploring new roles and skills.

The first event was held in January 2009 with 1600 people jamming in 23 countries. In 2019, the event has grown to 860 sites in 113 countries with over 47,000 jammers who collectively made over 9,000 games!

GLOBAL GAME JAM®

WWW.GLOBALGAMEJAM.ORG

Image sources: www.itescia.fr & www.globalgamejam.org

FAIRE ÉMERGER DES IDÉES

NOUVELLES OPPORTUNITÉS

48 HEURES POUR CRÉER UN JEU !

Le Global Game Jam® (GGJ®) est le plus grand événement mondial de création de jeux qui se déroule dans des lieux physiques à travers le monde. C'est un hackathon de 48 heures orienté sur le développement de jeux autour d'un thème. Il a été créé en 2008 en tant que projet du Groupe de travail sur l'éducation de l'International Game Developper Association.

UN DÉFI MAIS PAS UNE COMPÉTITION

La mission du GGJ est de stimuler l'innovation, l'expérimentation et la collaboration dans les jeux. L'événement annuel débute un vendredi après-midi et le coup d'envoi est donné avec des allocutions vidéo et des conseils des dirigeants de l'industrie de développement des jeux. Le GGJ commencent officiellement après l'annonce du thème de l'année, tenu secret jusqu'à la dernière seconde et non révélé publiquement. Le GGJ encourage la collaboration et n'est pas une compétition. N'importe qui peut poser sa candidature pour accueillir un site GGJ s'il dispose d'un organisateur dédié au GGJ qui s'engage à suivre quelques règles, et d'un lieu avec un accès internet. Chaque événement pose un défi intellectuel où les participants sont invités à essayer de nouvelles technologies et outils tout en explorant de nouveaux rôles et compétences.

Le premier événement a eu lieu en janvier 2009 et a rassemblé 1 600 développeurs dans 23 pays. En 2019, l'événement a atteint 860 sites dans 113 pays et 47 000 concepteurs ont participé pour créer collectivement 9 000 jeux !

GLOBAL GAME JAM®

WWW.GLOBALGAMEJAM.ORG

Sources images : www.itescia.fr & www.globalgamejam.org

ENCOURAGING THE TALENT OF YOUNG PEOPLE THANKS TO MEDIA

KNOWLEDGE TRANSFER

YOUTH MEDIA TEAM:

INVOLVING YOUTH WITH COMMUNICATION PRACTICES

The Youth Media Team is a team of teenagers who co-creates media content. It originated in Ireland in 2005 at a conference entitled "ICT in education". The aim of the conference is to present teachers with digital tools enabling them to improve their teaching practices in order to energise them and to facilitate the learning of their students.

ACTIVE TEACHING METHODS

In order to promote the conference, and while others would have recruited a press relations and marketing agency, the organizing committee decided to engage with young people and train them as a media team for the conference. They strongly believed that young people (their students, customers or end users) could generate the best media content.

AN EXERCISE TO PROMOTE

A training program has been set up, the team has mainly focused on creating high quality audio content for interviews and discussions. They were then quickly invited by other event organisers to carry out the media part of their events.

The most important event the team participated in was the 2018 interview with the President of the Republic of Ireland himself, Michael D. Higgins.

WWW.YMT.FM

Image source: ymt.fm

DIGITAL WORKSHOPS FOR YOUNG PEOPLE:

INITIATIVE OF THE MUNICIPALITY OF AVILÉS

To develop the interest of young people in the field of CCI, several initiatives have been implemented by the municipality of Avilés in the north of Spain:

- Creation of series, films and "Talent Creative Show": young people get involved in the role of actors, producers and consumers by creating and filming with their mobile phones more authentic videos
- Cultural and innovation contests: dedicated to young people in order to attract them to these type of events
- Video games in education: alternative assessment of knowledge in schools
- Culture Pass: multicultural access offered by the municipality to encourage young people to participate in artistic and cultural events
- Youth festival of creative arts and culture: event organized by the young people themselves with the support of cultural centres, schools and town halls.
- Fablabs: place bringing together young creators and promoting creative exchanges.

"If anyone can innovate, it is the young people of generation Z. They are young creators who use new technologies to express their creativity, to make a link between art and science, ensuring the greatest step in evolution of current human civilisation."

Emilio Suárez Lanzas, Galería Octógono

WWW.YMT.FM

Image source: ymt.fm

ENCOURAGER LE TALENT DES JEUNES GRÂCE AUX MÉDIAS

TRANSFERT DE CONNAISSANCES

YOUTH MEDIA TEAM:

IMPLIQUER LES JEUNES DANS LES PRATIQUES DE COMMUNICATION

La Youth Media Team est une équipe d'adolescents co-créateurs de contenu médiatique. Elle voit son origine en Irlande en 2005 à l'occasion d'une conférence intitulée « Les TIC dans l'éducation ». Le but de la conférence est de présenter aux enseignants des outils numériques leur permettant d'améliorer leurs pratiques d'enseignement, de les dynamiser et les rendre plus créatives, pour faciliter l'apprentissage de leurs élèves.

DES MÉTHODES D'ENSEIGNEMENTS ACTIVES

Dans le but de promouvoir la conférence, et alors que d'autres auraient recruté une agence de relation presse et de marketing, le comité d'organisation a décidé de s'engager avec des jeunes et de les former en tant qu'équipe media de la conférence. Ils étaient convaincus que les jeunes (leurs étudiants, clients ou utilisateurs finaux) pouvaient générer le meilleur contenu médiatique.

UN EXERCICE À PROMOUVOIR

Un programme de formation a été mis en place, l'équipe s'est essentiellement concentrée sur la création de contenu audio de haute qualité pour les interviews et les échanges. Elle a ensuite été très vite invitée par d'autres organisateurs d'événements pour réaliser la partie média de leurs manifestations.

L'événement le plus important auquel l'équipe a participé a été l'interview en 2018 du Président de la République d'Irlande lui-même, Michael D.Higgins.

WWW.YMT.FM

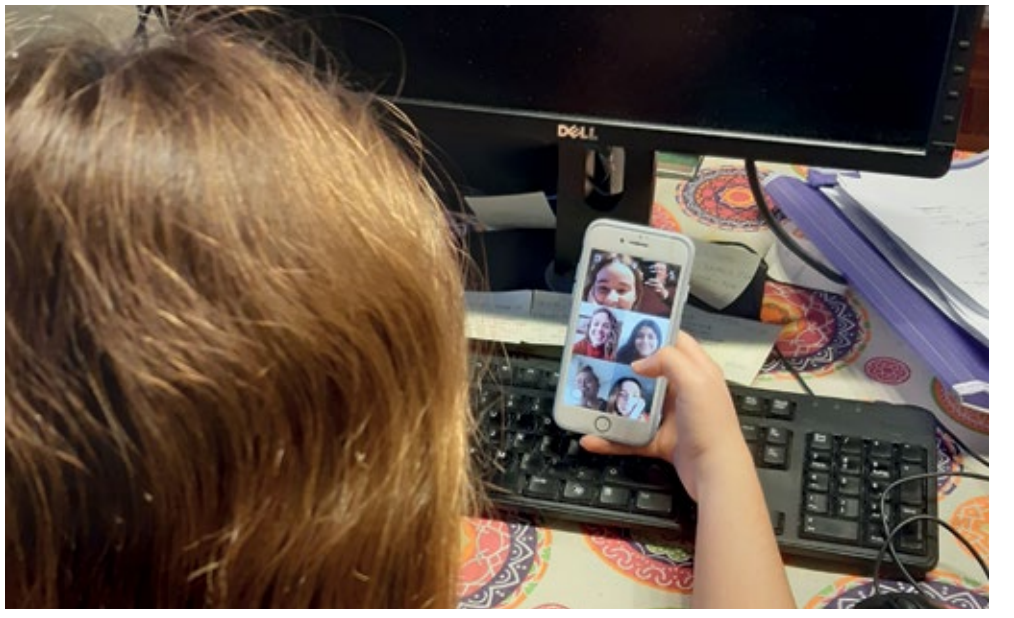
Image source: ymt.fm

ATELIERS NUMÉRIQUES POUR LES JEUNES :

INITIATIVE DE LA MUNICIPALITÉ D'AVILÉS

Pour développer l'intérêt des jeunes dans le domaine des ICC, plusieurs initiatives ont été mises en place par la mairie d'Avilés dans le nord de l'Espagne :

- Création de séries, de films et d'émission "Talent Creative Show" : les jeunes s'investissent dans le rôle d'acteurs, producteurs et consommateurs en créant et filmant avec leurs téléphones portables des vidéos plus authentiques
- Concours culturels et d'innovation : dédiés pour les jeunes afin de les attirer à ces événements
- Jeux vidéo dans l'éducation : permet une alternative à l'évaluation des connaissances en milieu scolaire
- Pass Culture : accès multiculturel offert par la municipalité pour favoriser la participation des jeunes aux manifestations artistiques et culturelles
- Festival jeunesse des arts créatifs et de la culture : événement organisé par les jeunes eux-mêmes avec le soutien des centres culturels, écoles et mairies.
- Fablabs : lieu regroupant les jeunes créateurs et favorisant les échanges créatifs.



« Si quelqu'un peut innover, ce sont les jeunes de la génération Z. Ce sont de jeunes créateurs qui utilisent les nouvelles technologiques afin d'exprimer leur créativité, faire un lien entre l'art et la science, assurant la plus grande étape d'évolution de la civilisation humaine actuelle. »

Emilio Suárez Lanzas, Galerie Octógono

WWW.YMT.FM

Image source: ymt.fm

FOSTERING SYNERGIES BY CREATING A CLUSTER

NETWORKING & CLUSTERING

A CULTURAL CLUSTER TO FILM THE END OF THE WORLD

The result of an ambition of tech-savvy professionals from Finistère, the Douarnenez Cornouaille Audio-Visual Hub has adhered to the logic of "clusters" since 2017, mobilizing the dynamics of cooperation, and sharing at the service of economic and social development. They plan to create a synergy between audio-visual and digital professionals, to explore new work models in the cultural and creative industry, and to value the dynamism of our region.
The Hub sees itself as a facilitator, with the aim of stimulating and developing lasting cooperation that will enable the creation of new activities between the region's cultural and artistic sectors and new offers for the public.

© Pascal Hennequin

MEETINGS FOR LOCAL DEVELOPMENT

In order to break the isolation of professionals, the hub has integrated premises in a building located in the Port of Douarnenez in 2018. Members can thus meet up, share offices, set up collective projects and exchange ideas. The premises can accommodate 27 professionals.

A regular "brain-storming" activity has been set up to stimulate the collective for projects in the process of preparation by hub members.
At the start of 2019, a master class with the Russian Director, Aleksander Kuznetsov, was organized.
In October 2019, a delegation of professionals from the Phoenix Falmouth Cinema were welcomed to Douarnenez by the hub.
Within the framework of the 4H-CREAT project, collective workshops have enabled work on the economic model and the development of services directed towards members (communication, project engineering, material bank …) as well as directed towards future client organizations (local municipalities, enterprises…)

Since 2000:

- 12 full-length feature films and television series have been filmed in Douarnenez
- 25 extending the geographical zone to Cap Sizun and the Crozon Peninsula.
- 30 Documentary films

PÔLE AUDIOVISUEL DOUARNENEZ-CORNOUAILLE
POL KLEWELED DOUARNENEZ-KERNE

DOUARNENEZ : **WWW.PADZ.BZH**

FOCUS ON BELFAST, STAR OF THE SMALL SCREEN

The direct and massive investment following the decision of HBO to film Game of Thrones in Belfast in 2010 had a positive impact on the local creative economy, with a proliferation of SMEs, the development of infrastructures and an explosion of tourism under the influence of television.
The economic and cultural benefits from the organization of a long-running series are numerous: job creation, training and development of infrastructure and tourism skills. For example: the Game of Thrones crew alone during season 1 comprised of 316 residents from Northern Ireland, of which 55 were trainees.
The perspective of local, long-term spending by Game of Thrones also enabled investment in local infrastructures, with the creation of two film studios of almost 2,000 m² in the Titanic Studios complex, the largest of its kind at that time.

BELFAST : **WWW.GAMEOFTHRONESTOURS.COM**

Image sources: photos from Technopole Quimper Cornouaille and guide-irlande.com

FAVORISER LES SYNERGIES EN CRÉANT UN CLUSTER

MISE EN RÉSEAU ET CLUSTERING

UN CLUSTER CULTUREL POUR FILMER LE BOUT DU MONDE

Résultat d'une ambition de professionnels à la pointe du Finistère, le Pôle Audiovisuel Douarnenez Cornouaille s'inscrit depuis 2017 dans la logique des « grappes d'entreprises », mobilisant des dynamiques de coopération et de mutualisation au service d'un développement économique et social. Il projette de créer une synergie entre les professionnels de l'audiovisuel et du numérique, d'explorer de nouveaux modes de travail dans le secteur des Industries Culturelles et Créatives et de valoriser le dynamisme de notre territoire. Le Pôle se revendique comme un facilitateur, ayant pour but de stimuler et développer des collaborations pérennes permettant de créer de nouvelles activités entre les secteurs culturels et artistiques du territoire et de nouvelles offres pour le public.

© Pascal Hennequin / Yves-Marie Quemener

DES RENCONTRES POUR UN DÉVELOPPEMENT LOCAL

Pour rompre l'isolement des professionnels, le Pôle a intégré des locaux dans un bâtiment sur le Terre-plein du port de Douarnenez en 2018. Les membres peuvent ainsi se croiser, partager des bureaux, monter des projets collectifs, échanger des idées. Les locaux accueillent 27 professionnels.

Une activité régulière « courts-bouillons », s'est mise en place pour stimuler le collectif autour de projets en cours de préparation par les membres du Pôle.

Début 2019, une master-class avec le réalisateur russe Aleksander Kuznetsov a été organisée.

En octobre 2019, une délégation de professionnels du cinéma de Falmouth a été accueillie à Douarnenez par le Pôle.

Dans le cadre du projet 4H-CREAT, des ateliers collectifs ont permis de travailler sur le modèle économique et le développement de l'offre de services en direction des membres (communication, ingénierie de projet, banque de matériels…) et en direction d'organisations futures clientes (collectivités locales, entreprises…)

Depuis 2000 :

- 12 longs-métrages et séries télévisées ont été tournés à Douarnenez, 25 en élargissant la zone géographique au Cap Sizun et à la Presqu'île de Crozon.
- 30 films documentaires

PÔLE AUDIOVISUEL DOUARNENEZ-CORNOUAILLE
POL KLEWELED DOUARNENEZ-KERNE

DOUARNENEZ : **WWW.PADZ.BZH**

FOCUS SUR BELFAST, STAR DU PETIT ÉCRAN

L'investissement direct et massif associé à la décision de HBO de filmer Game of Thrones à Belfast en 2010 a eu des répercussions sur l'économie créative locale, avec une prolifération de PME, le développement des infrastructures et une explosion du tourisme influencé par la télévision.

Les avantages économiques et culturels de l'organisation d'une série de longue durée sont nombreux : création d'emplois, formation et développement de compétences pour les infrastructures et le tourisme. Pour exemple : l'équipe de Game of Thrones lors de la saison 1 comprenait à lui seul 316 résidents d'Irlande du Nord, dont 55 stagiaires.

La perspective de dépenses locales à long terme de Game of Thrones a également permis d'investir dans les infrastructures locales, avec la création de deux scènes de près de 2 000 m² dans le cadre du complexe Titanic Studios, le plus grand du genre pour l'époque.

BELFAST : **WWW.GAMEOFTHRONESTOURS.COM**

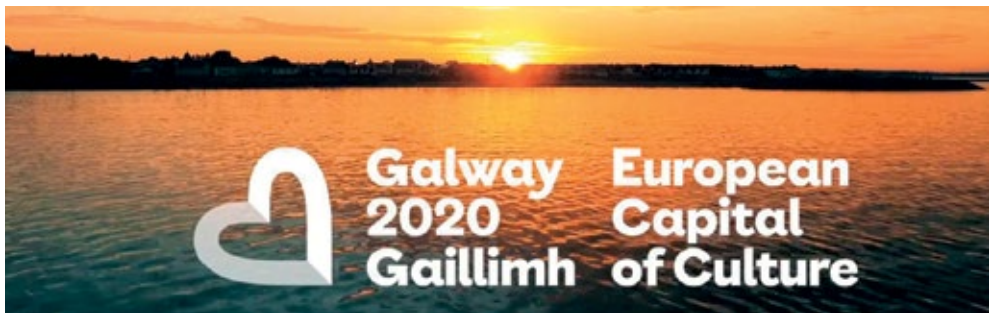
Source image : maieute.com

CHANGING A CITY'S IMAGE THANKS TO CULTURE

NEW BUSINESS

THE POWER OF CULTURE FOR A NEW CAPITAL

The European Capital of Culture (ECoC) programme is an example of the way in which culture can be used to change the image of a place and spur the development of the creative sector.



A STRONGER ATTRACTION

In the words of a city official, Glasgow was perceived as "the worst corner of Britain". In the 80s, the city council decided to give culture and creativity a prominent role in its regeneration efforts. The city's year as European Capital of Culture improved the image of the city and its attractiveness to businesses of all kinds, and also helped raise the profile of cultural activity.
Over the 90s, there was a very significant increase in jobs within the Cultural and Creative Industries including music production, film production, book publishing and design trade. The creative industries have thus become part of a new cultural identity for the city, which has helped displace the older images.

THE EFFECTIVE IMPACTS

Nearly three-quarters of creative industries businesses felt that the longer-term impacts of ECoC on their businesses were beneficial, while media coverage presented a much more positive image of the city than usual. The creative industries are not simply economically beneficial; their cultural and reputational impact is at least as important.

WWW.GALWAY2020.IE/EN
WWW.RIJEKA2020.EU/EN

Images sources: routard.com, vimeo.com & galway2020.ie

CHANGER L'IMAGE DE SA VILLE GRÂCE À LA CULTURE

NOUVELLES OPPORTUNITÉS

LE POUVOIR DE LA CULTURE POUR UNE NOUVELLE IMAGE

Le programme Capitale Européenne de la Culture est un exemple de la façon dont la culture peut être utilisée pour changer l'image d'un lieu et encourager le développement du secteur créatif.

UNE ATTRACTIVITÉ PLUS FORTE

Selon un responsable de la ville, Glasgow était perçue comme « le pire coin de Grande-Bretagne ». Dans les années 80, le conseil municipal a pris la décision d'offrir à la culture et à la créativité un rôle de premier plan dans ses efforts de réhabilitation de la ville. L'année où Glasgow a été Capitale Européenne de la Culture a grandement amélioré l'image de la ville et son attractivité auprès des entreprises. Cela a également contribué à développer l'activité culturelle. Au cours des années 90, il y a ainsi eu une augmentation très importante d'emplois dans les Industries Culturelles et Créatives comme la production musicale, le cinéma, l'édition et le design. Les industries créatives sont alors devenues une partie de la nouvelle identité culturelle de la ville, ce qui a permis d'effacer une vieille réputation.

DES IMPACTS RÉELS

Près des trois quarts des entreprises des industries créatives ont senti les bénéfices à long terme de l'ECoC (European Capital of Culture). De même, les médias présentaient une image plus positive de la ville qu'habituellement. Les bénéfices pour les industries créatives ne sont pas seulement économiques ; l'impact culturel et également l'impact sur la réputation de la ville sont tout aussi importants.

WWW.GALWAY2020.IE/EN
WWW.RIJEKA2020.EU/EN

Sources images : routard.com, vimeo.com & rijeka2020.eu

PROMOTING ARTISTIC PRACTICES

NEW BUSINESS

A REGIONAL NETWORK OF ART PROMOTION

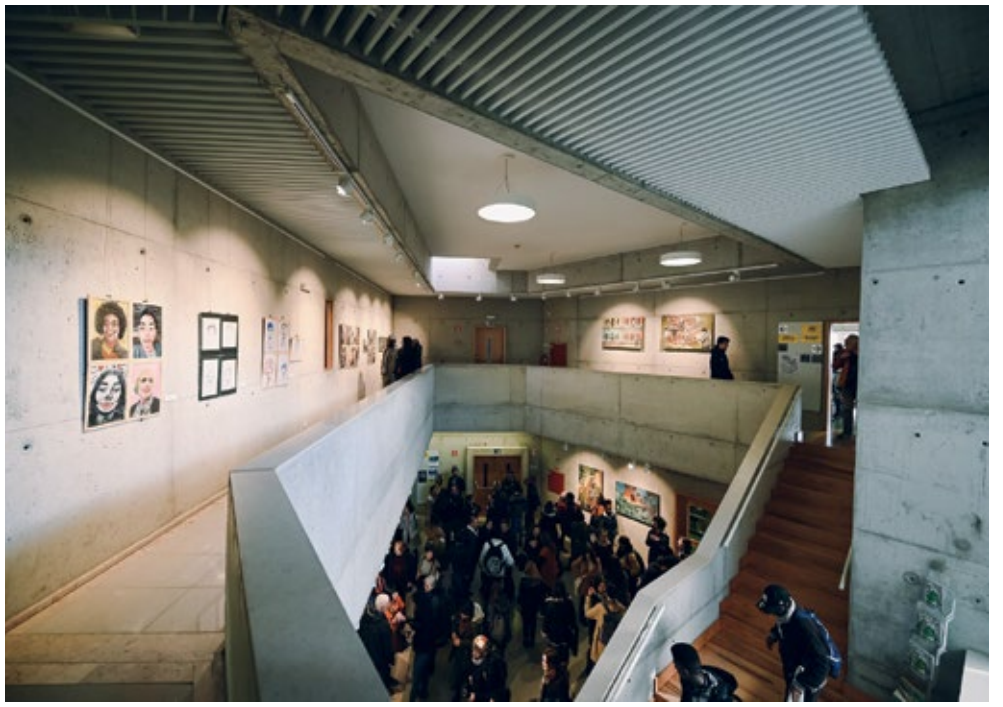
Arte em Rede is a project that began in 2004, and whose goal is to promote artistic and cultural practices beyond the contexts where these practices tend to concentrate. This is especially important in the portuguese context as municipal authorities often lacked the technical, scientific and cultural capacities to properly maintain both its heritage and to recognise the cultural potential in the regions. The practice was introduced in the context of lack of authority infrastructure.

The Portuguese administration of cultural institutions is split between central government (in charge of national monuments and some museums), the regional culture authority (supporting artists and collectives), local authority (supporting local artists and cultural institutions) and a third sector (in charge of other relevant cultural products). A lot of tension exists over having existed over the scope of these administrative powers. In the lack of proper coordination, the centralisation proposed by Arte em Rede is seen as a solution.

A SUPPORT NETWORK THAT GATHERS VARIOUS CCI CHALLENGES

The project has been ongoing, and is especially noted by its involvement of academia, government and local stakeholders to produce cultural content and to allow stakeholders to have a more independent and hands-on approach when it comes to dealing with culture and creativity.

In that sense, they have been keen to emphasise to authorities the importance of both a push towards modern creative practices and how to foment this environment, whilst also advising local managers to maintain support of small ventures and proximity equipment. They have attempted in the last few years, to promote political strategic meetings which they note as being particularly efficient at achieving these goals. Finally, Arte em Rede has been instrumental in pushing for greater municipal oversight over cultural entities, with appropriate technical and scientific resources.



COLLABORATION WITH MUNICIPALITIES

Municipalities showed an interest in participating, and reaching a financial and technical agreement as to what their contribution will be and what they expect from the network in return. The municipalities thus "buy" services of technical counseling, promotion of otherwise derelict local equipments, such as theatres and cinemas, workshops directed to local people and stakeholders, amongst other services.

The more strategic aspect of the network is put in practice by engaging political actors in big forums, where they are expected to make year long commitments and exchange efforts. The degree of participation, and its different sources are identified as the key aspects which make the practice work.

Indeed, contrary to other similar networks, the fact that this network was organised in collaboration by technical staff at a regional development authority, has led to its survival over 16 years and its expansion.

© Gabriel Marx & Tato Sanches

ARTEMREDE
juntos.mais fortes

WWW.ARTEMREDE.PT

Images sources: curitibadegraca.com.br, revistacircuito.com

STIMULER LA PRATIQUE ARTISTIQUE

NOUVELLES OPPORTUNITÉS

UN RÉSEAU RÉGIONAL POUR LA PROMOTION DE L'ART

Arte em Rede est un projet qui a débuté en 2004, et dont l'objectif est de promouvoir des pratiques artistiques et culturelles auprès d'un public plus large. Au Portugal, les autorités municipales peuvent parfois manquer de capacités techniques, scientifiques et culturelles pour maintenir leur patrimoine et mettre en avant leur potentiel culturel.

L'administration portugaise des institutions culturelles est partagée entre le gouvernement central (en charge des monuments nationaux et de certains musées), l'autorité culturelle régionale (qui soutient les artistes locaux et les institutions culturelles) et un troisième secteur (en charge d'autres produits culturels pertinents). De nombreuses tensions existent sur l'étendue de ces pouvoirs administratifs. Au vu du manque de coordination, la centralisation proposée par Arte em Rede apparaît comme une solution.

UN RÉSEAU DE SOUTIEN QUI RASSEMBLE DIVERS DÉFIS DES ICC

Le projet est en cours et il est particulièrement remarqué pour l'engagement des universités, du gouvernement et des acteurs locaux. En effet, les acteurs ont davantage d'indépendance et une vision terrain qui leur permet de gérer plus efficacement la culture.

Ainsi, ils ont tenu à souligner aux autorités l'importance de se tourner vers des pratiques créatives modernes tout en conseillant aux gestionnaires locaux de maintenir le soutien des petites entreprises et des équipements de proximité. Ces dernières années, les réunions de stratégie politique ont été particulièrement efficaces pour atteindre les objectifs.

Enfin, Arte em Rede a joué un rôle déterminant pour une plus grande surveillance municipale des entités culturelles, avec des ressources techniques et scientifiques appropriées.

© Júlio Leão

COLLABORATION AVEC LES MUNICIPALITÉS

Les municipalités ont montré leur intérêt en participant, et en parvenant à un accord financier et technique au sujet de leur contribution au réseau et de leurs attentes. Les municipalités vont ainsi « acheter » des services de conseils techniques, de promotion d'équipements locaux autrement abandonnés, comme les théâtres et les cinémas, des ateliers dirigés par des personnes locales et des parties prenantes.

L'aspect le plus stratégique du réseau est mis en pratique en implicant les acteurs politiques lors de grands forums, où ils doivent prendre des engagements sur un an et participer aux efforts. Le degré de participation et ses différentes origines sont considérés comme les aspects clés du projet.

En effet, contrairement à d'autres réseaux similaires, le fait que ce réseau ait été organisé en collaboration avec le personnel technique d'une autorité régionale de développement, a conduit à sa survie pendant 16 ans et à son expansion.

ARTEMREDE
juntos.mais fortes

WWW.ARTEMREDE.PT

Sources images : curitibadegraca.com.br, revistacircuito.com

INTRODUCING DIGITAL TECHNOLOGIES THROUGH ART

KNOWLEDGE TRANSFER

WHEN NEW TECHNOLOGIES ARE ENSHRINED IN THE HISTORY OF ART

It was in Laval (53) that the International Festival of Art and Virtual and Mixed Reality, RectoVRso, was launched in 2018. The festival takes place in parallel with the Laval Virtual International Exhibition dedicated to BtoB uses of Virtual/Augmented Reality and immersive techniques created in 1999.

WORKS AT THE CROSSROADS OF SCIENCE AND ART

This multidisciplinary festival brings together artists, researchers and students, who explore from near or far the virtual and mixed reality medium. Its objective is to create spaces and exchanges around these new artistic forms and to propose different hybrids and emergences. Some fifteen works are selected to be part of the Art&VR Gallery exhibition following an international call for projects.

RUNNING THE FESTIVAL THROUGHOUT THE YEAR

Recto VRso has been integrated into the artistic hub of Laval Virtual and is intended to run throughout the year. In partnership with Stereolux in Nantes, dedicated to contemporary music and digital arts, a pre-event in the autumn will launch the preliminary groundwork. The works will then be co-constructed, in particular working closely with regional schools, in order to be exhibited during the festival. A final event will then review the artistic discoveries.

The festival was co-founded by **Judith Guez**, Doctorate, Artist, Researcher and VR engineer, who is interested in the concept of the body's presence and passage between the realms of reality and virtual.

RECTOVRSO.LAVAL-VIRTUAL.COM
BLOG.LAVAL-VIRTUAL.COM

DÉCOUVRIR LES TECHNOLOGIES NUMÉRIQUES AU TRAVERS DE L'ART

TRANSFERT DE CONNAISSANCES

QUAND LES NOUVELLES TECHNOLOGIES S'INSCRIVENT DANS L'HISTOIRE DE L'ART

C'est à Laval (53), que le festival international d'Art et Réalité Virtuelle et Mixte, Recto VRso, a été lancé en 2018. Ce festival se déroule en parallèle du salon international Laval Virtual dédié aux utilisations BtoB de la Réalité Virtuelle / Réalité Augmentée et des techniques immersives créé en 1999.

DES ŒUVRES À LA CROISÉE DES SCIENCES ET DE L'ART

Ce festival pluridisciplinaire rassemble des artistes, des chercheurs et des étudiants qui interrogent de près ou de loin le médium de la réalité virtuelle et mixte. Il a pour objectif de créer des espaces et des échanges autour de ces nouvelles formes artistiques et de proposer différentes hybridations et émergences. Une quinzaine d'œuvres sont sélectionnées suite à un appel à projets international pour faire partie de l'exposition de l'Art&VR Gallery.

FAIRE VIVRE LE FESTIVAL TOUT AU LONG DE L'ANNÉE

Recto VRso est intégré au sein du pôle artistique de Laval Virtual et a vocation à durer toute l'année. En partenariat avec Stereolux, lieu nantais dédié aux musiques actuelles et aux arts numériques, un pré-événement, à l'automne, permettra de lancer des premières réflexions. Ensuite, les œuvres seront co-construites, notamment en lien avec des écoles du territoire, afin d'être exposées lors du festival. Puis un événement final fera le point sur les découvertes artistiques.

Ce festival a été co-fondé par **Judith Guez**, à la fois Docteure, Artiste, Chercheuse et Ingénieure RV, elle s'intéresse au concept de présence et du passage du corps entre le réel et le virtuel.

RECTOVRSO.LAVAL-VIRTUAL.COM
BLOG.LAVAL-VIRTUAL.COM

RESTORING VALUE TO A LEFT BEHIND NEIGHBORHOOD

NEW BUSINESS

THE TRANSFORMATION OF TEMPLE BAR

Between 1991 and 2001, Temple Bar, in Dublin, was transformed into a modern, bustling quarter with investment coming from a mixture of European and national public funding together with substantial private investment. They supported key projects, such as the Independent Cultural Entrepreneurs initiative which equipped young, emerging talent with business skills required to achieve their potential and develop their creative business in a sustainable way.

A JOINT DEVELOPMENT

The comprehensive approach towards cultural development has had a very positive impact on the cultural organisations themselves and played a pivotal role in the development of the area as a whole. The cultural aspect also made Temple Bar a key destination for visitors, with foreign visitors now comprising 50% of all visitors to Temple Bar, as compared to only 14% in 1993.

A RENEWED CULTURAL IMAGE

Temple Bar regeneration won national and international recognition for innovation, and numerous architectural, environmental, and cultural tourism awards. The area has retained its essential character, with 80 cultural organisations and creative industries making their home here producing thousands of creative works each year.

WWW.DUBLINTOWN.IE/TEMPLE-BAR

Images sources: ireland.com & voyagesplus.net

REDONNER DE LA VALEUR À UN QUARTIER OUBLIÉ

NOUVELLES OPPORTUNITÉS

LA TRANSFORMATION DE TEMPLE BAR

Entre 1991 et 2001, Temple Bar, à Dublin, est devenu un quartier moderne et animé grâce à des investissements provenant d'un mélange de financements publics européens et nationaux, ainsi que de substantiels investissements privés. Des projets clés ont été soutenus, tels que l'initiative Entrepreneurs Culturels Indépendants, qui a offert à des jeunes talents émergents, les compétences commerciales requises pour réaliser leur potentiel et développer leur entreprise créative de manière pérenne.

UN DÉVELOPPEMENT CONCERTÉ

L'approche globale du développement culturel a eu un impact très positif sur les organisations culturelles elles-mêmes et a joué un rôle primordial dans le développement de la région dans son ensemble. L'aspect culturel a fait aussi de Temple Bar une destination clé pour les visiteurs, 50 % des touristes de Temple Bar sont aujourd'hui étrangers, alors ils n'étaient que 14 % en 1993.

UNE IMAGE CULTURELLE RENOUVELÉE

La réhabilitation de Temple Bar a gagné une reconnaissance nationale et internationale en tant que lieu innovant, ainsi que de nombreux prix architecturaux, environnementaux et concernant le tourisme culturel. Le quartier a conservé son caractère essentiel, avec 80 organisations culturelles et industries créatives qui se sont installées ici et produisent des centaines d'œuvres créatives chaque année.

WWW.DUBLINTOWN.IE/TEMPLE-BAR

Sources images : ireland.com & voyagesplus.net

SUPPORTING CCI

NEW BUSINESS

A CREATIVE, URBAN FACTORY ON THE ISLE OF NANTES

Samoa, the urban and creative factory on the Isle of Nantes, coordinates and connects regional key players in the Nantes Metropolis, working in the field of Creative and Cultural Industries. As an economic operator, Samoa administrates a global support and assistance system for project initiators and entrepreneurs in these sectors, at all stages of project development, by making available a complete range of services to them: financial support, business property, events and open innovation.

Samoa has managed to create, over time, a warm and welcoming region favourable to the emergence of creative and cultural initiatives. From the west point of the Isle of Nantes with its Grand Port, known as the *"Hangar à Bananes"* [lit: banana hangar] and its old Go-Cart track, converted into a cultural and conference centre, not to mention *"la Centrale"*, a creative factory and the Wattignies social club, the Cultural and Creative Industries have pushed back the boundaries of this creative district. On the Isle of Nantes, creativity is everywhere: it has become a state of mind. This driving force permeates the entire Isle to make of it a region of innovation and creation in its own right.

© Spectum 2016

The urban and creative district on the Isle of Nantes

A CCI-SPECIFIC PROGRAM

The Cultural Accelerator does its utmost to offer comprehensive support to artists and creative talents in order to identify and fabricate sustainable economic models for these structures, to break the isolation of entrepreneurs by helping them to converse with their peers, and by giving them access to networks of experts.

The program is designed for cultural and artistic project initiators: it follows six companies or projects over nine months, all to the beat of the workshops aimed at advancing all aspects of the selected projects; both the content (value proposition, client target markets, economic model, business plan…), and the project environment (economic, communication, legal etc.).

FOCUS ON 3 SUCCESSFUL CALLS FOR PROJECTS

- Two property developers were looking to provide non-technical signage for offices and retail outlets on the Isle of Nantes. A young collective responded with a visual and audible signage. *"This signage should set apart the different types of architecture with a strong identity, in other words impart character into them while bringing a bit of poetry to the entire building. All this to be achieved without recourse to any technology"* - Ménure Collective.

- A "connected entrance hall" has been the subject of experiments by two successful candidates: Axens Architecture and Bakasable, who proposed a project for a personalised welcome in the entrance halls. Lighting effects and music were thus developed to propose different uses in the buildings' entrance halls.

- In order to bring out the best of the 360° View Tower on the Isle of Nantes, the architect and lighting designer, Nicolas Houel, proposed light shows, thus creating an act of communication with a difference.

17.2 M€ of cumulative funding granted over 7 years to supported enterprises

samoa
Fabrique urbaine & créative de l'île de Nantes

WWW.CREATIVEFACTORY.INFO

Images source: facebook.com/samoadenantes

ACCOMPAGNER LES ICC

NOUVELLES OPPORTUNITÉS

UNE FABRIQUE URBAINE ET CRÉATIVE SUR L'ÎLE DE NANTES

La Samoa, Fabrique Urbaine et Créative de l'Île de Nantes, anime et met en réseau les acteurs du territoire de Nantes Métropole évoluant dans le champ des Industries Créatives et Culturelles. En tant qu'opérateur économique, la Samoa met en œuvre un dispositif global de soutien et d'accompagnement des porteurs de projets et entrepreneurs de ces filières, à tous les stades de développement de leur projet, en mettant à disposition une gamme complète de services : accompagnement économique, immobilier d'activités, animations et open innovation.

La Samoa a su créer au fil des années un territoire propice à l'accueil et l'émergence des initiatives créatives et culturelles. De la pointe ouest de l'Île de Nantes, avec le Hangar à Bananes et le Karting, en passant par la Centrale et le Wattignies social club, les industries culturelles et créatives ont repoussé chaque année les limites du quartier de la création. Sur l'Île de Nantes, la créativité est partout : c'est devenu un état d'esprit. Cette dynamique vient irriguer l'ensemble de l'île pour en faire un territoire d'innovation et de création à part entière.

Présentation du projet et d'une partie des aménagements par Simon Henry de la SAMOA.

UN PROGRAMME SPÉCIFIQUE AUX ICC

L'Accélérateur Culture a pour ambition de proposer un accompagnement complet aux artistes et créatifs afin d'identifier et travailler des modèles économiques pérennes pour ces structures, rompre l'isolement des entrepreneurs en leur permettant d'échanger avec leurs pairs, et leur donner accès à des réseaux d'experts.

C'est un programme dédié aux porteurs de projets culturels et artistiques : il accompagne six entreprises ou projets sur neuf mois, rythmés par des ateliers visant à faire progresser tous les aspects des projets retenus : à la fois sur le contenu (proposition de valeur, cibles de clients, modèle économique, business plan...), mais aussi sur l'environnement du projet (économique, communication, juridique...).

FOCUS SUR 3 SUCCÈS D'APPELS À PROJETS

- Deux promoteurs immobiliers cherchaient à apporter des signalétiques non technologiques aux bureaux et commerces sur l'Île de Nantes. C'est un jeune collectif qui a répondu par une signalétique visuelle et sonore. *« Cette signalétique devait venir souligner les architectures par une identité forte, c'est à dire lui donner du caractère, et également ramener un peu de poésie à l'ensemble du bâtiment. Le tout à travers une mise en œuvre devant se passer de toute technologie »* - collectif Ménure.

- Un « hall connecté » a été expérimenté par deux lauréats : Axens Architecture et Bakasable, qui ont proposé un projet de personnalisation d'accueil des arrivants dans les halls. Un jeu de lumière et de musique fût ainsi développé pour proposer un usage différents des halls d'immeubles.

- Afin de valoriser la Tour 360 View de l'Île de Nantes, l'architecte et designer lumière Nicolas Houel a proposé des projections et animations lumineuses créant ainsi un acte de communication différenciant.

17.2 M€ de financements cumulés obtenus en 7 ans par les entreprises accompagnées

samoa
Fabrique urbaine & créative de l'île de Nantes

WWW.CREATIVEFACTORY.INFO

Sources images : scpo-urba.fr & facebook.com/samoadenantes

ENCOURAGING ENTREPRENEURSHIP

NEW BUSINESS

AN OBJECTIVE: TO ENCOURAGE CREATIVE AND CULTURAL BUSINESS

The role of the Atlantic Youth Creative Hubs (AYCH) project is to encourage entrepreneurship, enterprise and employment skills by connecting people, ideas, skills and technologies across an international network of hubs, for young people under 30.

Image source : Facebook page @AYCHBrest

AN OPEN AND INCLUSIVE PROJECT

The project is open both for young people with lower education level and for postgraduates. One of the aims of the project is also to foster local economic development. Different activities are provided by AYCH at local level: incubation program, awareness workshops and creative marathons in collaboration with local partners. One of the objectives is to anticipate the changes that are going to happen in the cultural and creative field and to be innovative and creative about these changes.

INTERNSHIPS FROM INTERNATIONAL LEVEL

AYCH supported the Science Hack Day initiative which is a creative marathon: participants are gathered as a team to create together the city of tomorrow in 48h. The objective of Science Hack Day is to develop collective intelligence and to have a prototype at the end of the weekend. There are also activities such as residencies programs and Creative Jam, which is an international creative marathon.

WWW.AYCH.EU

ENCOURAGER L'ENTREPRENEURIAT

NOUVELLES OPPORTUNITÉS

UN OBJECTIF : ENCOURAGER LES ENTREPRISES CULTURELLES ET CRÉATIVES

Le rôle du projet Atlantic Youth Creative Hubs (AYCH) est d'encourager l'entrepreneuriat et la montée en compétences des salariés pour dynamiser l'emploi. Le principe est de connecter les personnes, les idées, les aptitudes et les technologies à travers un réseau international de lieux dédiés pour les jeunes de moins de trente ans.

UN PROJET OUVERT ET INCLUSIF

Le projet est ouvert à la fois aux jeunes ayant un faible niveau d'éducation, ainsi qu'aux diplômés. L'un des objectifs est de favoriser le développement économique local. Pour ce faire, AYCH offre différentes activités au niveau local : un programme d'incubation, des ateliers de sensibilisation et des marathons créatifs organisés avec des partenaires locaux. Un autre objectif est d'anticiper les changements qui se produisent dans le domaine culturel et créatif pour pouvoir les aborder de manière innovante et créative.

Source image : page Facebook @AYCHBrest

DES STAGES DE NIVEAU INTERNATIONAL

AYCH a soutenu l'initiative « Science Hack Day » qui est un marathon créatif : les participants sont réunis dans une équipe pour créer ensemble, en 48 heures, la ville de demain. L'objectif de « Science Hack Day » est de développer une intelligence collective et de présenter un prototype à la fin du week-end. Il y aussi d'autres activités, telles que des programmes de résidences et un marathon créatif international « Creative Jam ».

WWW.AYCH.EU

FACILITATING COLLABORATIONS BY CREATING EVENTS

NETWORKING & CLUSTERING

DEDICATED DAYS FOR CCI PROFESSIONALS

The "Jornadas Marca Cultura y Territorio" (Culture & Regional Brand Days) event was born in Spain in 2017 thanks to the collaboration between diverse professional associations on the Cantabrian coast. The objective was to respond to the joint requests of cultural enterprises of three regions (Cantabria, Asturias and Basque Country), such as for training, networking and European projects or even internationalization. The purpose is also to foster interactions with other sectors such as tourism and education, as well as facilitating the development of the skills and technical knowledge of the players in the sector, thus contributing to more autonomy for the cultural and creative sectors.

A COLLABORATION IN RESPONSE TO LOCAL CULTURAL CHALLENGES

This event, in which prominent national and international personalities from the CCI sector gather, is held under the auspices of the Minister of Education, Culture and Sports for the Government of Cantabria. By means of presentations, debates, workshops and exchanges between CCI professionals, artists, public institutions, associations and citizens, the event tries to respond to identified challenges, to create a space for joint reflection, and to respond to the needs and opportunities perceived by the different stakeholders.

WWW.PECCA.ES/JORNADAS

Image source: www.pecca.es

FACILITER LES COLLABORATIONS EN CRÉANT DES ÉVÉNEMENTS

MISE EN RÉSEAU ET CLUSTERING

DES JOURNÉES DÉDIÉES AUX PROFESSIONNELS DES ICC

Les « Jornadas Marca Cultura Territorio » (Journées Marque Culture Territoire) sont nées en Espagne en 2017 grâce à la collaboration entre diverses associations professionnelles de la côte cantabrique. Le but était de répondre aux demandes communes des entreprises culturelles des trois régions (Cantabrie, Asturies et Pays Basque), telles que la formation, la mise en réseau et les projets européens ou encore l'internationalisation. Il s'agissait également de favoriser les interactions avec d'autres secteurs tels que le tourisme et l'éducation, ou encore de permettre le développement de compétences et de connaissances techniques des acteurs du secteur, contribuant ainsi à plus d'autonomie des secteurs culturels et créatifs.

UNE COLLABORATION POUR RÉPONDRE AUX ENJEUX LOCAUX DE LA CULTURE

Ces journées, qui réunissent chaque année des personnalités du secteur des ICC au niveau national et international, se tiennent grâce au soutien du ministère de l'Éducation, de la Culture et des Sports du gouvernement de Cantabrie. À travers des présentations, des débats, des ateliers et des échanges entre les professionnels des ICC, artistes, institutions publiques, associations et citoyens, il s'agit de répondre aux défis identifiés, de créer un espace de réflexion commun, ainsi que de répondre aux besoins et opportunités détectées par les différentes parties prenantes.

WWW.PECCA.ES/JORNADAS

Source image : www.pecca.es

TRAINING THE UNDER 30S IN PROGRAMMING

KNOWLEDGE TRANSFER

VIDEO GAMES INDUSTRY IN STRONG DEMAND

The video games sector has the greatest growth and innovation potential in the digital content industry in Spain. The development of video games is a promising professional area that needs profiles with specialized training. The objective of the program "Build your future: video games and entrepreneurship" is to facilitate the introduction of people under 30 years of age, without employment or training, into the job market.

> *"This type of training program is aimed at a sector of Cultural and Creative Industries, video games and digital creation, which has an atypical potential and growth, and helps to improve the professional and entrepreneurial skills of our younger generation"*
>
> JESÚS OITAVÉN / technical secretary to the Ministry of Culture of Galicia

© rawpixel.com / Freepik

A COMPLETE PROGRAM COMBINING TECHNICAL AND ARTISTIC SKILLS

The participants start by familiarizing themselves with the development of video games and then go on to broaden and consolidate their knowledge in the area of digital creation. The principle disciplines covered in this program are in connection with creativity, innovation and new trends in the world of video games.

WWW.CIDADEDACULTURA.GAL

FORMER LES MOINS DE 30 ANS À LA PROGRAMMATION

TRANSFERT DE CONNAISSANCES

L'INDUSTRIE DES JEUX VIDÉO EN FORTE DEMANDE

Le secteur des jeux vidéo a le plus grand potentiel de croissance et d'innovation dans l'industrie du contenu numérique en Espagne. Le développement de jeux vidéo est un domaine professionnel prometteur qui nécessite des profils avec une formation spécialisée. L'objectif du programme « Construisez votre avenir : jeux vidéo et entrepreneuriat » est de faciliter l'intégration sur le marché du travail de jeunes de moins de 30 ans, sans emploi, ni formation.

> *« Ce type de programmes de formation s'adresse à un secteur des Industries Culturelles et Créatives, les jeux vidéo et la création numérique, qui a un potentiel et une croissance atypiques, et permet d'améliorer les compétences professionnelles et entrepreneuriales de nos jeunes »*
>
> JESÚS OITAVÉN / secrétaire technique du Ministère de la Culture de Galice

UN PROGRAMME COMPLET MÊLANT COMPÉTENCES TECHNIQUES ET ARTISTIQUES

Les participants commencent par se familiariser au développement de jeux vidéo puis élargissent et consolident leurs connaissances dans le domaine de la création numérique. Les principales disciplines abordées dans ce programme sont en lien avec la créativité, l'innovation et les nouvelles tendances dans le monde du jeu vidéo.

Source image : cidadedacultura.gal

WWW.CIDADEDACULTURA.GAL

USING DESIGN THINKING

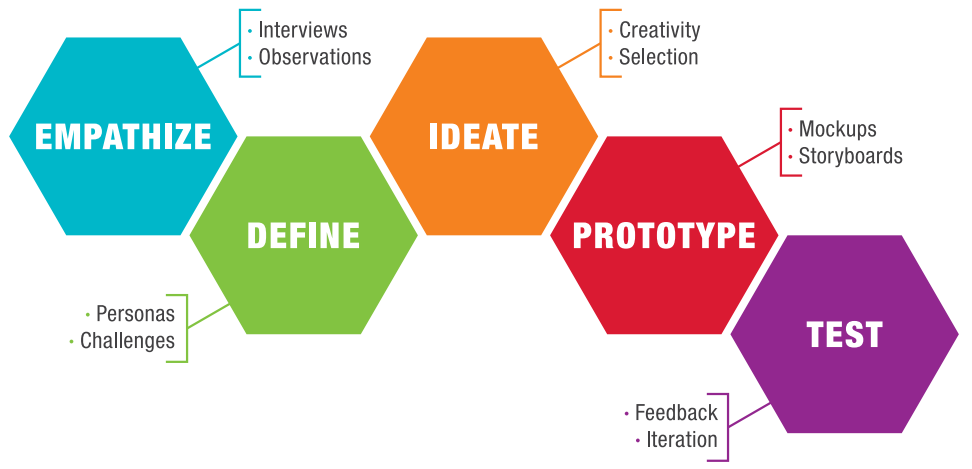
KNOWLEDGE TRANSFER

A METHOD TO FOSTER INNOVATION

Design Thinking (DT) is an innovation methodology invented at Stanford University in the 1980's. It was then adapted for business purposes by IDEO that became later on, the world leading design firm. In the years 2010, DT became widely used in large corporations and startups. This powerful tool can be of great help for Cultural and Creative Industries, to design innovations that better match customer needs, and especially Generation Z.

WHAT IS DESIGN THINKING?

DT is an iterative process in which entrepreneurs seek to understand the user, challenge assumptions, and redefine problems in an attempt to identify alternative strategies and solutions that might not be instantly apparent with their initial level of understanding. At the same time, DT provides a solution-based approach to solving problems. It is a way of thinking and working as well as a collection of hands-on methods.



DT revolves around a deep interest in developing an understanding of the people for whom entrepreneurs are designing their products or services. It helps them observe and develop empathy with the target user. DT helps in the process of questioning: questioning the problem, questioning the assumptions, and questioning the implications. DT is extremely useful in tackling problems that are ill-defined or unknown, by re-framing them in human-centric ways, creating many ideas in brainstorming sessions, and adopting a hands-on approach in prototyping and testing.

What is the real impact of DT in organisations? Everyone acknowledge that it is very difficult to scientifically measure DT efficiency. In a comprehensive study of 235 worldwide organizations [(1)], a recent survey showed that 71 % of the respondents thought DT improved the working culture of their organizations, and 69% that DT improved innovation process efficiency.

DESIGN THINKING TO BE PROMOTED IN THE CULTURAL AND CREATIVE INDUSTRIES

People working in Cultural and Creative Industries (CCI) are likely more creative than the average employee in other industries and could therefore naturally rely on their creativity to introduce innovations without specific methodologies. A recent study made on 4000 EU creative industries confirms this intuition [(2)].

European CCI are characterized by a predominance of small enterprises (95 % of the CCI are businesses with up to 9 employees). This characteristic of the sector might be a limit to the adoption of DT since it is often perceived as a rather time and labor consuming approach. However, this perception doesn't reflect the reality. DT inclines to spend more time to understand the customer needs and to correctly establish the problem to solve. This thorough analysis allows to save a lot a time later on, and to avoid most errors that cost a lot when identified only once the product is on the market.

DT might be difficult to implement by small companies if left alone. It is the role of business support organizations, CCI clusters, and regional economic development agencies to support CCI in adopting DT to foster innovation beyond pure creativity and contribute to the overall economic growth.

(1) WITHOUT A WHOLE? The Current State of Design Thinking Practice in Organizations, universität potsdam · september 2015
(2) Innovation in the European creative industries: a firm-level empirical, Article in Industry and Innovation · December 2016

Simon Cau and Christophe Roux / ARTIFY.

ARTIFY, BRING ART INTO YOUR BUSINESS!

Christophe comes from the world of finance and Simon is a passionate art gallery owner. In 2016, they noticed that there was much to do involving art and technology, in order to bring art into homes and businesses. Right from the start of their project, they joined the Laval Mayenne Technopole accelerator. Since 2014, this program has fully incorporated Design Thinking as a project support tool. A rich iteration of several months then follows, consisting of observations, client interviews, analysis of the competition, ideation, prototype construction and validation.

The Creative and Software Development Studio Artify was created at the end of 2017, with a value proposition aimed at businesses. Artify disposes of an art library of more than a million works and proposes, via a digital screen, a truly ultra-high definition connected canvas for businesses, which both decorates a space and creates an artistic awakening for partners or visitors. Artify also offers cultural mediation services to animate discovery workshops. Designed initially for face-to-face animation, the workshops have been adapted to be delivered on line, during the lockdown period due to coronavirus.

www.artify.fr

UTILISER LE DESIGN THINKING

TRANSFERT DE CONNAISSANCES

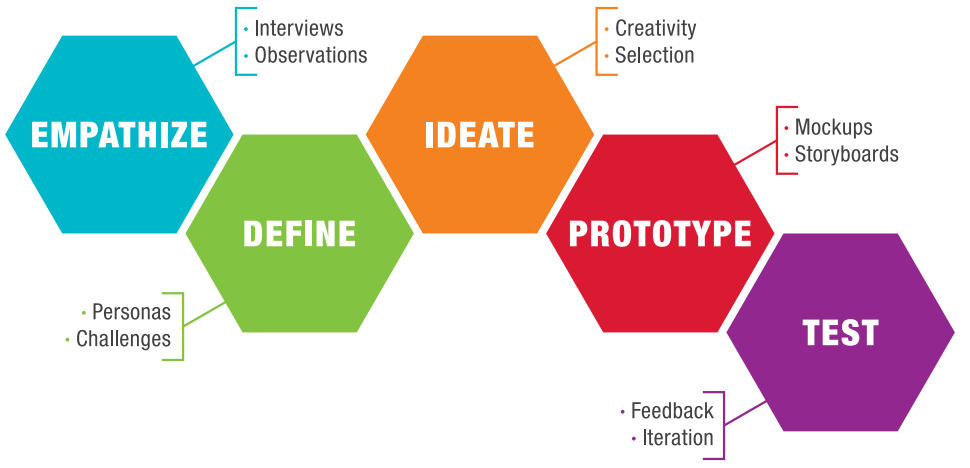
UNE MÉTHODE POUR FAVORISER L'INNOVATION

Le Design Thinking (DT) est une méthodologie d'innovation inventée à l'université de Stanford dans les années 1980. Elle a ensuite été adaptée à des fins commerciales par IDEO, devenu ainsi leader mondial du design. Dans les années 2010, le DT a été largement utilisé dans les grandes entreprises et les startups. Cet outil puissant peut être d'une grande aide pour les industries culturelles et créatives, afin de concevoir des innovations mieux adaptées aux besoins du consommateur, et en particulier la génération Z.

QU'EST-CE QUE LE DESIGN THINKING ?

Le DT est un processus itératif dans lequel les entrepreneurs cherchent à comprendre l'utilisateur, à remettre en question les idées reçues et à redéfinir les problèmes dans le but d'identifier des stratégies alternatives et des solutions qui n'apparaissent pas instantanément. Le DT permet de résoudre des problèmes, c'est une manière de penser et de travailler avec des méthodes pratiques.

Le DT permet de mieux connaître les personnes pour lesquelles les entrepreneurs conçoivent leurs produits et services. Il les aide à observer et développer de l'empathie avec l'utilisateur cible. Le DT aide au processus de remise en question : du problème, des hypothèses, et des implications. Il est utile pour les problèmes mal définis ou ignorés, en les recadrant sur l'humain, offrant ainsi de nombreuses idées lors des séances de réflexion, et en adoptant une approche pratique dans le prototypage et les tests.



Quel est l'impact réel du DT dans l'organisation ? Tout le monde reconnaît qu'il est très difficile de mesurer scientifiquement l'efficacité du DT. Lors d'une étude globale menée auprès de 235 organisations mondiales [1], un récent sondage a démontré que 71 % des répondants pensaient que le DT a amélioré la culture de travail de leurs organisations, et 69 % qu'il renforçait efficacement le processus d'innovation.

LE DESIGN THINKING EST À PROMOUVOIR DANS LES INDUSTRIES CULTURELLES ET CRÉATIVES

Les personnes travaillant dans le domaine des Industries Culturelles et Créatives (ICC) sont probablement plus créatives que l'employé moyen des autres industries et pourraient naturellement compter sur leur propre créativité pour introduire des innovations sans méthodologies spécifiques. Une étude récente réalisée sur 4 000 industries créatives de l'UE confirme cette intuition [2].

Les ICC européennes sont caractérisées par une majorité de petites entreprises (95 % des ICC sont des entreprises avec un maximum de 9 employés). Cette caractéristique du secteur pourrait être une limitation à l'adoption du DT qui est souvent perçu comme une approche demandant beaucoup de temps et de travail. Mais, cette perception ne reflète pas la réalité. Le DT s'efforce à passer plus de temps à comprendre les besoins du client et à cerner correctement le problème à résoudre. Cette analyse minutieuse permet d'économiser beaucoup de temps ensuite, et d'éviter la plupart des erreurs qui coûtent très cher si elles ne sont identifiées qu'une fois le produit mis sur le marché.

La mise en œuvre du DT peut être difficile dans les petites entreprises lorsqu'elles sont seules. C'est le rôle des organisations de soutien aux entreprises, des Chambres de Commerce et d'Industrie et des agences de développement économique régionales de soutenir les ICC à adopter le DT pour favoriser l'innovation au-delà de la créativité pure et de contribuer à la croissance économique globale.

[1] WITHOUT A WHOLE? The Current State of Design Thinking Practice in Organizations, université de Potsdam · septembre 2015
[2] Innovation dans les industries européennes créatives : une approche empirique au niveau de l'entreprise, article dans Industry and Innovation · Decembre 2016

Simon Cau et Christophe Roux / ARTIFY.

ARTIFY, FAITES ENTRER L'ART DANS VOTRE ENTREPRISE !

Christophe vient du monde la finance et Simon est un galeriste, féru d'art. En 2016, ils perçoivent qu'il y a quelque chose à faire autour de l'art et de la technologie, pour faire entrer l'art dans les foyers et les entreprises. Dès le début de leur projet, ils intègrent l'accélérateur Idenergie de Laval Mayenne Technopole. Depuis 2014, ce programme a complètement intégré le Design Thinking comme outil d'accompagnement des projets. S'en suit alors plusieurs mois d'un parcours riche, fait d'observations, d'interviews clients, d'analyse de la concurrence, d'idéation, de construction d'un prototype et de validation.

L'entreprise Artify est créée fin 2017, avec une proposition de valeur destinée aux entreprises. Artify a rassemblé une artothèque de plus d'un million d'œuvres et la propose aux entreprises, via un écran digital, véritable tableau connecté ultra-haute définition, qui permet à la fois de décorer un espace et de créer un éveil à l'art des collaborateurs ou visiteurs. Artify propose en plus des services de médiation culturelle pour animer des ateliers de découverte. Au départ réalisé au travers d'animation en présentiel, ces ateliers ont été adaptés pour être délivrés en ligne, durant la période du confinement liée au coronavirus.

www.artify.fr

STRUCTURING CCI NETWORKS

NEW BUSINESS

THE FIRST PUBLIC PROGRAM TO SUPPORT CCI ENTREPRENEURS OF ANDALUSIA

Proyecto Lunar is a network of centres supporting the Cultural and Creative Industries in Andalusia. This network offers a range of services like communication and dissemination, advisory support to new entrepreneurs, networking events, conferences targeting specific subsectors of the CCI and many other services to strengthen the industry in the Region.

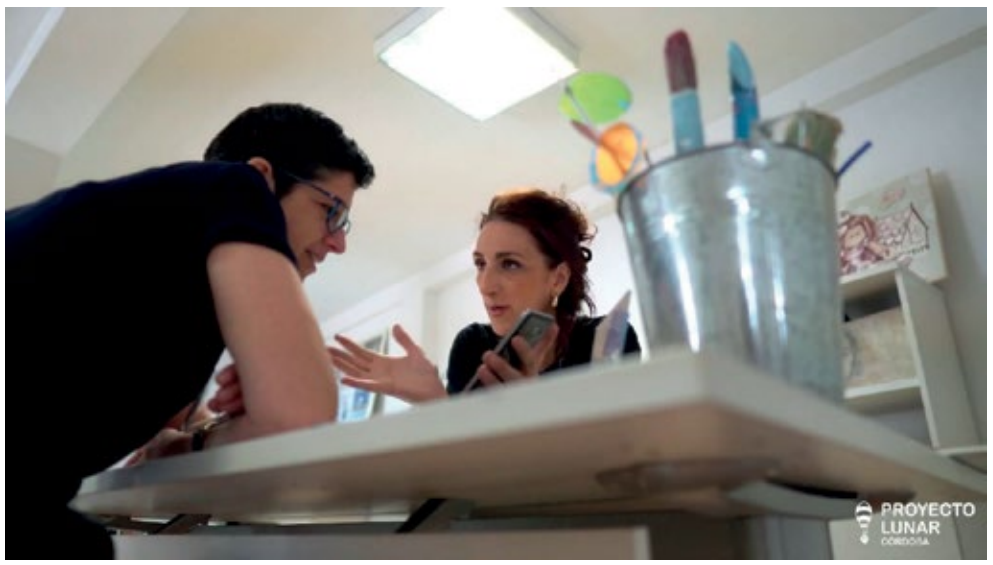
The Cultural and Creative Industries in Andalusia historically has played an important role in the regional economy but without receiving the recognition it deserves. At the present time, the Andalusia CCI represents 16% of the region's GDP. However, this importance was not reflected in the government policies, support services, academic studies and the perception from the civil society. In order to overcome this lack of support, the Regional Government of Andalusia, through the Agency Andalucia Emprende, launched "Proyecto Lunar" with the objective to showcase and support the development of the Cultural and Creative Industries in Andalusia.

A PERSONALIZED SUPPORT

Proyecto Lunar offers several services aimed at supporting the creation of news businesses in the sector, turning their ideas into solid businesses, and supporting the consolidation of the established businesses, helping them to grow, innovate and develop new business opportunities. The range of services goes from business development advisory, financial advisory, launching new business, to innovation development, dissemination of the industry, support of studies and research of the CCI in the region, organisation of event, networking. Additionally, Proyecto Lunar also helps showcasing the industry and supporting the policy makers to identify the demands of the sector among many other services demanded by the Cultural and Creative Industries.

AN AMBITIOUS BUT SUCCESSFUL CHALLENGE

The challenges are related to the size of the new companies and the survival rate. Most of the new projects created with the support of Proyecto Lunar are freelancers or independent artists who most of the time find it difficult to balance their creative spirit and their entrepreneurial spirit. Moreover, the sector is rather unstable due to the strong dependency on the public sector and the last cuts in economic support from the government and high taxes imposed on the consumption of culture.
Since implemented in 2008, Proyecto Lunar has contributed to the solid growth of the Cultural and Creative Industries and the recognition of its importance in the general economy of Andalusia. For example, in 2018, the programme launched 537 companies of the sector and more than 305 events were organized.



PROYECTO LUNAR

WWW.PROYECTOLUNAR.COM
WWW.ANDALUCIAEMPRENDE.ES

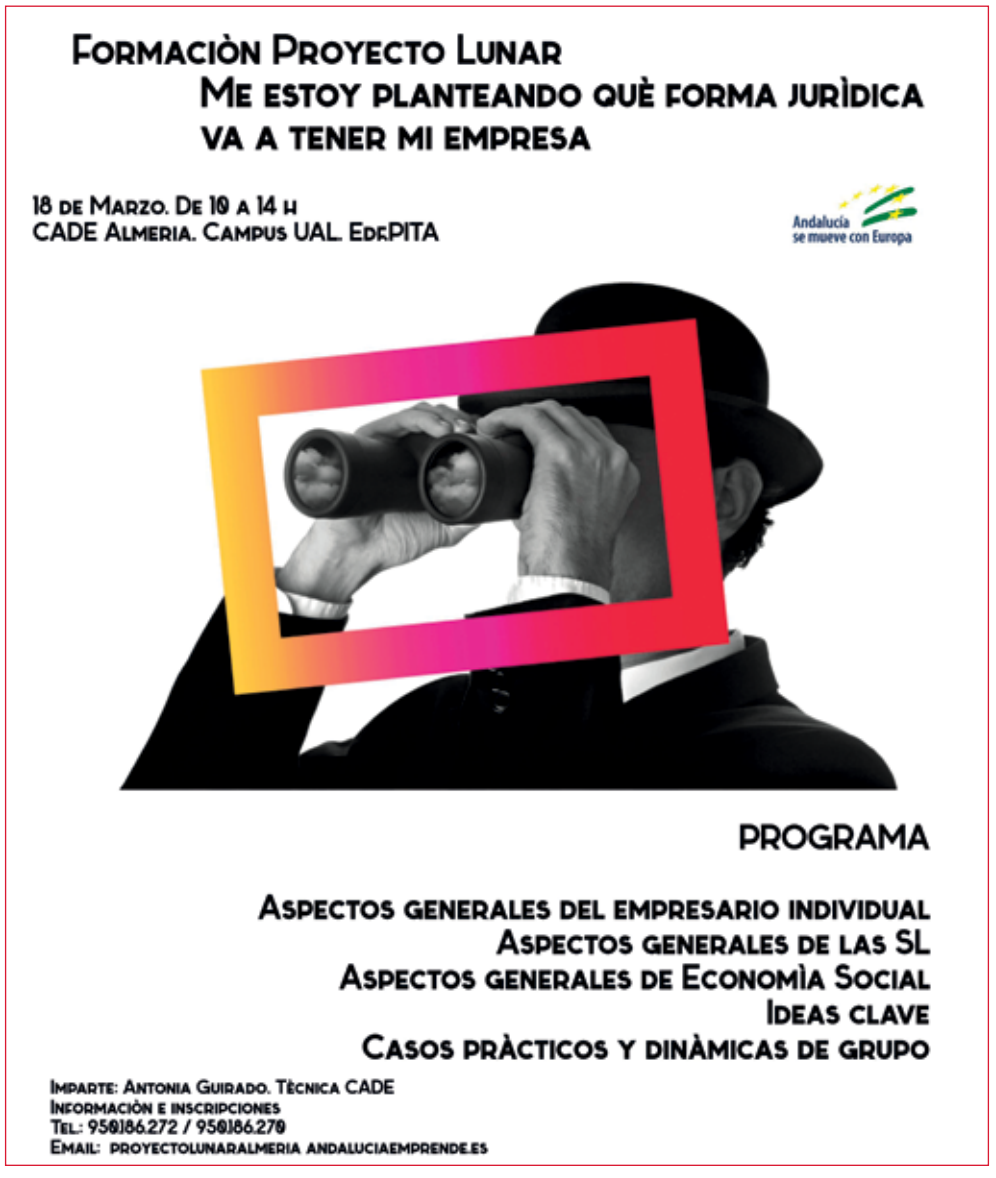
Images sources: proyectolunar.com, andaluciaemprende.es

STRUCTURER LES RÉSEAUX D'ICC

NOUVELLES OPPORTUNITÉS

LE PREMIER PROGRAMME PUBLIC POUR SOUTENIR LES ENTREPRENEURS DES ICC EN ANDALOUSIE

Proyecto Lunar est un réseau de centres pour soutenir les Industries Culturelles et Créatives en Andalousie. Ce réseau offre une gamme de services comme la communication et la diffusion, une assistance pour les nouveaux entrepreneurs, des événements de réseautage, des conférences ciblant des sous-secteurs spécifiques des ICC et beaucoup d'autres services afin de renforcer cette industrie dans la région.



Les Industries Culturelles et Créatives en Andalousie ont historiquement joué un rôle important dans l'économie régionale mais sans recevoir la reconnaissance méritée. Aujourd'hui, les ICC représentent 16 % du PIB de la région. Cependant, cette importance ne s'est pas reflétée dans les politiques gouvernementales, les services de soutien, les études universitaires ou le public. Afin de pallier à ce manque de soutien, le Gouvernement régional d'Andalousie, par l'intermédiaire de l'Agence Andalucia Emprende, a lancé « Proyecto Lunar » dans le but de mettre en valeur et de soutenir le développement des ICC en Andalousie.

UN SOUTIEN PERSONNALISÉ

Proyecto Lunar vise à accompagner la création de nouvelles entreprises dans le secteur, à transformer leurs idées en business, à consolider des entreprises établies et les aider à croître, à innover et à développer de nouvelles opportunités de marché. Cet accompagnement comprend également des conseils en communication, le soutien d'études et de recherches sur les ICC dans la région, l'organisation d'événements, le réseautage.

UN DÉFI AMBITIEUX MAIS RÉUSSI

Les défis sont liés à la taille des nouvelles entreprises et au taux de survie. La plupart des nouveaux projets créés avec le soutien de Proyecto Lunar concernent des freelances ou des artistes indépendants qui ont souvent du mal à trouver l'équilibre entre leur esprit créatif et leur esprit entrepreneurial. De plus, le secteur est assez instable à cause de la forte dépendance du secteur public et des dernières réductions du soutien économique du gouvernement, ainsi que les impôts élevés sur la consommation des produits culturels.

Depuis sa mise en œuvre en 2008, Proyecto Lunar a contribué à la solide croissance des Industries Culturelles et Créatives et à la reconnaissance de son importance dans l'économie Andalouse. Par exemple, en 2018, le programme a lancé 537 entreprises dans le secteur et plus de 305 événements ont été organisés.

PROYECTO LUNAR

WWW.PROYECTOLUNAR.COM
WWW.ANDALUCIAEMPRENDE.ES

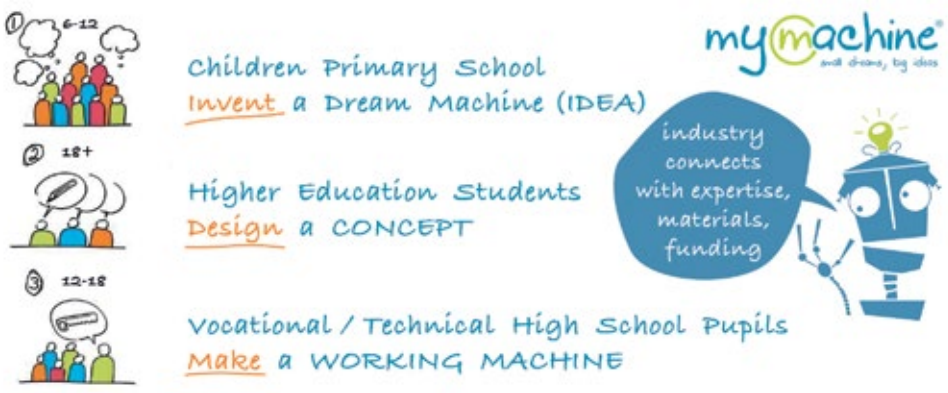
Sources images : proyectolunar.com, andaluciaemprende.es

DEVELOPPING AN EDUCATIONAL PROJECT

NEW BUSINESS

ALL IDEAS MATTER

MyMachine enables young people to drive their own future, to become the self-motivated, problem solving, creative, self-employed or team workers that companies, organizations and the world are looking for. Through MyMachine students learn that having ideas is important, that they should not be afraid to express their ideas - even if they sound a bit weird or challenging in the beginning. They learn what it takes to bring an idea to life; and that they can do it by respecting each other's talents, co-creating, collaborating and not giving up. Teachers and professors experience the power of project based learning. They participate in an open education process that proves to students that what happens in a classroom can impact - and has a link to - the real world. That is the pivotal moment they realise that MyMachine, and education, bring them skills they can use for life.



LEARNING HOW TO CREATE SOLUTIONS FROM SCHOOL

Created in Belgium, the project is implemented in Portugal in three municipalities where it has been developed as an educational project promoting creativity and interaction between the levels of education, from the 1st cycle to the University and Professional Education. The MyMachine Project was nominated for the "The world's best education innovations for the WISE 2020 award (Word Innovation Summit Award)", considered the international "Oscars" of Education. MyMachine delivers the "I can do that" perspective to all participants, whether they want to solve a challenge in their job or neighbourhood, create something fun, start their own company or whether they want to come up with a solution for something personal or a global issue.

AN UNIQUE METHODOLOGY

FIRST STEP: **THE IDEA**

Children from primary schools invent and present (via drawings, models, manuals, …) their own "Dream Machine". Anything goes: from a machine that helps them to put peanut butter on a sandwich to a machine that cleans their room. The main criterion is that it is relevant for the child who really wants it.

SECOND STEP: **THE CONCEPT**

Higher education students (like product design, game design students, engineers, architect students, art students) propose one or more solutions to design those machines. The best solutions – according to the children – then are selected and further developed.

THIRD STEP: **THE WORKING PROTOTYPE**

Finally, the technical drawings or designs and working concepts are handed over to Technical Secondary Schools. They build real prototypes of those machines, assisted by the kids who invented them and the higher education students who designed them.

"We realised that if we - the adults - were able to have ideas like the ones children have more often, candidly centered in solving the real everyday problems, maybe we all lived a bit better. In reality we, the adults participating in this project, almost all being students, teachers or professionals ended up being the true apprentices in this adventure."

S. Gonçalves
Teacher from the University of Caldas da Rainha College of Arts and Design, Portugal

mymachine®
small dreams, big ideas

WWW.MYMACHINE-GLOBAL.ORG

Images source: www.mymachine-global.org

DÉVELOPPER UN PROJET ÉDUCATIF

NOUVELLES OPPORTUNITÉS

TOUTES LES IDÉES COMPTENT

MyMachine donne la possibilité aux jeunes de prendre en main leur avenir, de montrer leur motivation, de résoudre des problèmes, d'être créatifs et d'être ainsi des collaborateurs ou prestataires recherchés dans le monde professionnel. Grâce à MyMachine, les jeunes apprennent qu'avoir des idées est important, qu'ils ne doivent pas avoir peur de les exprimer, même si elles ont l'air un peu bizarres ou complexes au début. Ils apprennent à donner vie à leurs idées, en respectant les talents des autres, en co-créant, en collaborant et en persévérant.
Les enseignants expérimentent la force de l'apprentissage en mode projet. Ils participent à un processus d'éducation ouverte qui prouve aux élèves que ce qui se passe dans une salle de classe peut avoir un impact, et un lien, avec le monde réel. C'est le moment charnière où ils réalisent que MyMachine, et l'éducation, leur offrent des compétences qu'ils peuvent aussi utiliser dans la vie.

APPRENDRE À CRÉER DES SOLUTIONS DÈS L'ÉCOLE

Créé en Belgique, le projet est mis en œuvre au Portugal dans trois municipalités. Il a été développé en tant que projet éducatif favorisant la créativité et l'interaction entre différents niveaux éducatifs, du 1er cycle jusqu'à l'université et la formation professionnelle. Le projet MyMachine a été nominé pour le « trophée des meilleures innovations éducatives mondiales WISE 2020 (Word Innovation Summit Award) », considéré comme les « Oscars » internationaux de l'éducation. MyMachine offre la vision de « Je peux le faire » à tous les participants, qu'ils souhaitent résoudre un défi dans leur travail ou leur entourage, créer quelque chose d'amusant, démarrer leur entreprise, ou bien qu'ils souhaitent trouver une solution pour un problème personnel ou mondial.

UNE MÉTHODOLOGIE UNIQUE

PREMIÈRE ÉTAPE : **L'IDÉE**

Les élèves des écoles primaires inventent et présentent (avec des dessins, des modèles, des manuels, ...) leur propre « machine de rêve ». Tout marche : de la machine qui les aide à étaler du beurre de cacahuète sur un sandwich à celle qui nettoie leur chambre. Le principal critère est qu'il soit pertinent pour l'enfant et qui le veuille vraiment.

DEUXIÈME ÉTAPE : **LE CONCEPT**

Les étudiants de l'enseignement supérieur (par ex. en conception de produit, en conception de jeux, les ingénieurs, les étudiants en architecture, en arts) proposent une ou plusieurs solutions pour concevoir ces machines. Les meilleures solutions, d'après les enfants, sont alors sélectionnées et ensuite développées.

TROISIÈME ÉTAPE : **LE PROTOTYPE DE TRAVAIL**

Enfin, les dessins ou design techniques et les concepts de travail sont remis aux écoles techniques secondaires. Les élèves construisent de vrais prototypes de ces machines, assistés par les enfants qui les ont inventées et les étudiants de l'enseignement supérieur qui les ont conçues.

« Nous avons réalisé que si nous - les adultes - étions capables d'avoir des idées comme en ont souvent les enfants, centrées sans détour sur la résolution des problèmes quotidiens, peut-être que nous tous pourrions vivre un peu mieux. En réalité, nous, les adultes participant à ce projet, presque tous étudiants, professeurs ou professionnels, nous sommes tous devenus de véritables apprentis dans cette aventure. »

S. Gonçalves
Professeur à l'Université de Caldas da Rainha College of Arts and Design, Portugal

mymachine®
small dreams, big ideas

WWW.MYMACHINE-GLOBAL.ORG

Source images : www.mymachine-global.org

With Eur 509 Billion of produced value, Cultural and Creative Industries account for 5.3% of the creation of European wealth, and employ 7.5% of the workforce. With an average annual growth of 5%, CCI represent an economic driving force that must be maintained and developed.

By fostering their development through clusters, by helping them to professionalise their entrepreneurial initiatives and by facilitating the transfer of technology in order to encourage innovations, the regions will develop their economy, non-delocalisable employment, social inclusion and attractivity.

Pays de la Loire is a good example of such a policy. The Machines of the Isle of Nantes (p.6) and Puy du Fou (p.40) are two highly innovative and very large-scale touristic and cultural initiatives that have won international renown for the Region. The Quartier de la Crétion (Creative District) in Nantes (p.66), and the dynamics around Laval Virtual (p.62) are illustrative of actions with a strong economic impact. The "Culture in the Future" Initiative (p.42) brings together firms, artists and students, for a co-creation rich in innovation.

By supporting Ouest Industries Créatives (OIC)* (West Creative Industries), the Region asserts that the contribution of research to CCI dynamics is fundamental. OIC is a Research-Training-Innovation program, an experimental ground shared by laboratories, teaching institutions and socio-economic players, dedicated to the design and user-experience evaluation of new products, services and spaces.

The city of Nantes

Twenty-five years of effort has borne fruit. Nantes, Angers, Laval, Le Mans, La Roche-sur-Yon are regularly ranked the most attractive cities in their categories. Nantes was named European Capital of Innovation 2019, and its CCI employ 35,000 people with a current annual growth rate of 20% per year.

*www.ouestindustriescreatives.fr

Avec 509 Milliards d'euros de valeur produite, les Industries Culturelles et Créatives représentent 5,3% de la création de richesse européenne, et emploient 7,5 % des travailleurs. Avec une croissance moyenne de 5% par an, les ICC représentent donc un moteur de l'économie qu'il faut entretenir et développer.

En favorisant leur développement au travers de clusters, en les accompagnant pour professionnaliser leur démarche entrepreneuriale et en facilitant le transfert de technologie pour renforcer les innovations, les régions développeront l'économie, l'emploi non délocalisable, l'inclusion sociale et l'attractivité.

Les Pays de la Loire sont un bel exemple d'une telle politique. Les Machines de l'Ile (p.8) et le Puy du Fou (p.41) sont deux initiatives touristiques et culturelles très innovantes et de très grande ampleur ayant permis un rayonnement international de la Région. Le Quartier de la création à Nantes (p.68), ou la dynamique autour de Laval Virtual (p.63) illustrent les actions à impact économique fort. Culture au Futur (p.44) rassemble entreprises, artistes et étudiants, pour une co-création féconde en innovation.

© Jacques Olivier

Le Laval Virtual Center

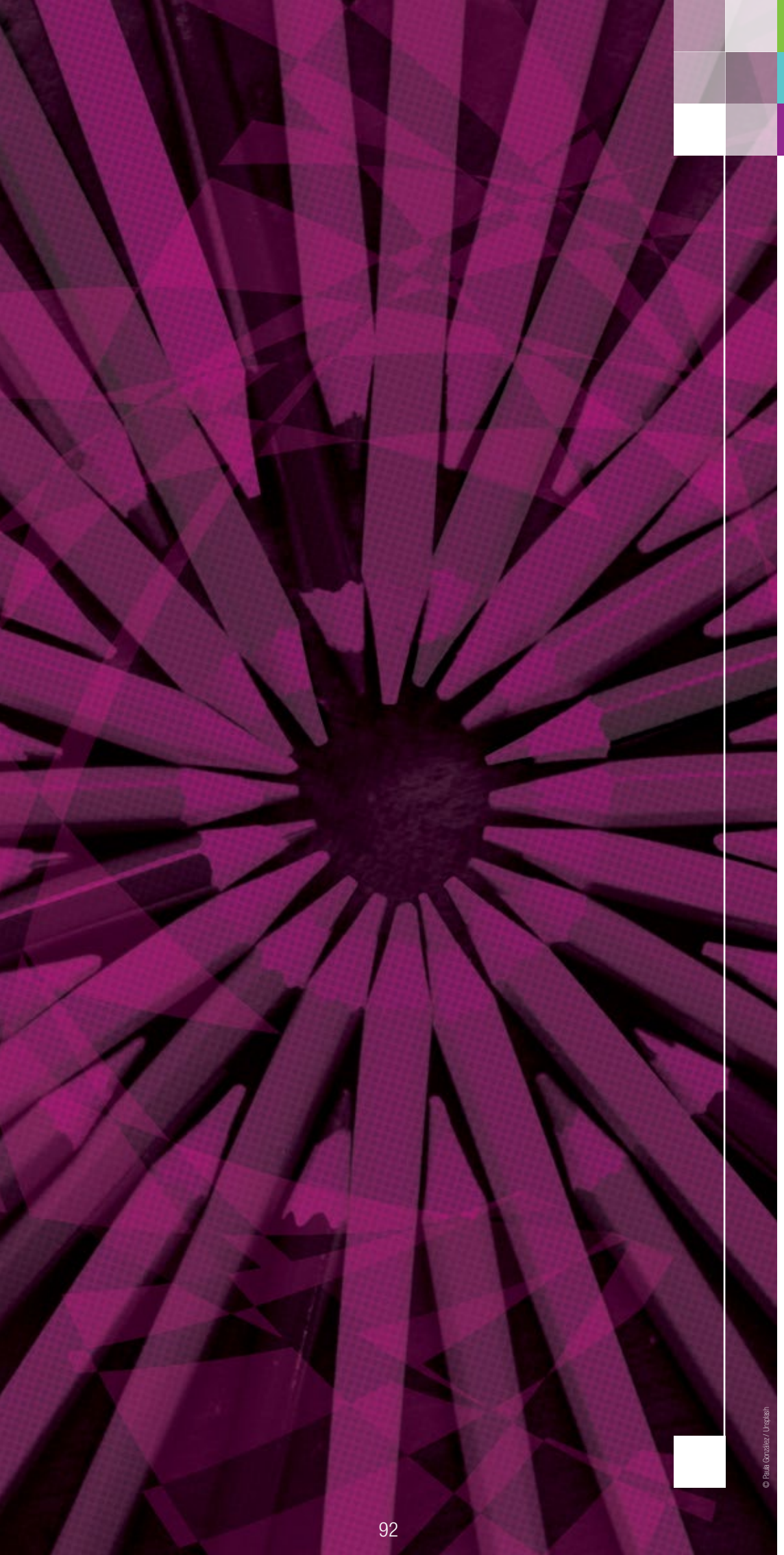
En soutenant Ouest Industries Créatives (OIC)*, la Région affirme que la contribution de la recherche à la dynamique des ICC est fondamentale. OIC est un programme de Recherche-Formation-Innovation, terrain d'expérimentation partagé entre laboratoires, établissements d'enseignement et acteurs socio-économiques, dédié à la conception et à l'évaluation de l'expérience des usagers de nouveaux produits, services et espaces.

Après 25 ans d'efforts, les résultats sont là. Nantes, Angers, Laval, Le Mans, La Roche-sur-Yon sont régulièrement classées en tête des villes les plus attractives dans leurs catégories, Nantes a été élue capitale européenne de l'innovation 2019, et les ICC y emploient 35 000 personnes en croissance de 20% par an.

*www.ouestindustriescreatives.fr

RELATED ARTICLES

ARTICLES ANNEXES



© Paula Gonzalez / Unsplash

Some more detailed descriptions of the project actions and stakeholders engagement are gathered in the following pages. It deals with:

- Capacity building
- End-users involvement
- Transnational networking mechanisms

Des descriptions plus détaillées des actions du projet et de l'engagement des parties prenantes sont rassemblées dans les pages suivantes. Elles portent sur :

- Le développement des compétences
- L'implication des utilisateurs finaux
- Les mécanismes de mise en réseau transnationaux

CAPACITY BUILDING

In order to improve and simulate the active cooperation and innovation processes within a quadruple helix model, 3 training modules have been developed by project partners.

The first module was an **overview of the Quadruple Helix model of innovation and European Policy** on the wider issue of research and innovation.

The second module dealt with **new trends in CCI based on a better use of ICT**.
This module was provided as a series of four case studies. The diversity of the Creative and Cultural sector posed a significant challenge when developing case studies with a broad appeal and impact. Case studies were selected based on demonstrated good practice in collaboration, co-creation and technology usage, and in a manner which the trainers felt were transferable across sub-sectoral domains.

The last training module aimed to explore **demand-driven innovation processes**, where the subject of co-creation, co-design and design thinking were discussed. The training module included an overview on open innovation and creativity methods on one side, and user-centric design tools such as Pitch the Pain, Empathy Map, Business Model Canvas and Minimum Viable Project on the other side.

"There was a great energy in the room during the workshop. Many new tools and techniques were introduced to the creative businesses to support them to interact with end users and to engage in idea generation and co-design. [This] supported a positive interaction between the creative businesses, creative support organisations and the Generation Z individuals, leading to 8 ideas for new products or services being identified during the ideation processes."

Julie Thomson

DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES

Afin d'améliorer et de simuler les processus actifs de coopération et d'innovation au sein d'un modèle Quadruple Hélice, 3 modules de formation ont été développés par les partenaires du projet.

Le premier module était un **aperçu du modèle d'innovation Quadruple Hélice et de la Politique Européenne** sur la question de la recherche et de l'innovation.

Le second module a traité des **nouvelles tendances des ICC, basées sur une meilleure utilisation des technologies numériques**.
4 études de cas ont été présentées, ce qui fut un défi important au vu de la diversité du secteur créatif et culturel. Les études de cas ont été sélectionnées sur la base de bonnes pratiques démontrées en matière de collaboration, de co-création et d'utilisation de la technologie, et de leur capacité à être transférables.

Le dernier module de formation visait à explorer les processus d'**innovation centrée client**, où les sujets de la co-création, de la co-conception et du Design Thinking ont été abordés. Le module de formation comprenait un aperçu des méthodes d'innovation ouvertes et de créativité, ainsi que des outils de conception centrés utilisateur tels que Pitch the Pain, Empathy Map, Business Model Canvas et Projet Minimum Viable.

« Il y avait une grande énergie dans la salle pendant l'atelier. De nombreux nouveaux outils et techniques ont été présentés aux entreprises créatives pour les aider à interagir avec leurs utilisateurs finaux et à s'engager dans la génération d'idées et la co-conception. [Cela] a permis une interaction positive entre les entreprises créatives, les structures de soutien à la création et les individus de la génération Z, conduisant à l'identification de 8 idées de nouveaux produits ou services au cours du processus d'idéation. »

Julie Thomson

END-USERS INVOLVEMENT

Considering the end-user as a "partner" in innovation is not a new idea as such. Researchers, designers, entrepreneurs, people working in the marketing field have long pointed out the benefits that can be drawn from it.

However, these approaches are still marginal, as the end-user is still too often seen above all as a "docile" user.

Today, digital technologies and social networks are shuffling the cards. Indeed, on one hand, end-users develop new capacities to "act" on the products and services they buy, and on the hand, innovation models themselves are renewed.

Companies can no longer innovate alone. They have to look for ideas elsewhere close to researchers, suppliers, end-users in an open innovation approach.

The quadruple helix framework advocates bringing together industry, university, government and civic society (the four helices) at a regional level to stimulate and advance innovation and regional growth. The 4H-CREAT Interreg project is particularly interested in the application of this framework while focusing exclusively on the Creative and Cultural Industries (CCI) and involving Generation Z as the "civic society representative". In addition, the project seeks to exploit and explore opportunities arising from digital technology and economy.

To this end, the 4H-CREAT project partners conducted a series of end-user co-creation workshops involving local government, 3rd level education, CCI, Generation Z actors as potential consumers. The workshops sought to "jointly either identify, co-design or test new tools, products or services" while also supporting the project main objective of increasing collaboration amongst the four helices and strengthening innovation capacity. The idea is both to promote the interest and the importance to involve end-users and to test different methodologies to engage them.

IMPLIQUER LES UTILISATEURS

Considérer l'utilisateur final comme « partenaire » dans le processus d'innovation n'est pas réellement une nouvelle idée. Des chercheurs, concepteurs, entrepreneurs, ou encore des personnes travaillant dans le domaine du marketing ont depuis longtemps noté les bénéfices de ce type de collaboration.

Cependant, ces approches sont encore marginales, car l'utilisateur final est trop souvent considéré comme un utilisateur « docile ».

Aujourd'hui, les technologies numériques et les réseaux sociaux rebattent les cartes. En effet, d'une part les utilisateurs finaux ont accès à de nouveaux outils pour « agir » sur les produits et services qu'ils achètent et d'autre part les modèles d'innovation eux-mêmes sont renouvelés.

Les entreprises ne peuvent plus innover seules. Elles doivent rechercher des idées ailleurs, auprès des chercheurs, fournisseurs, utilisateurs finaux dans une approche d'innovation ouverte.

Le principe de la quadruple hélice préconise de rassembler les entreprises, les universités, les pouvoirs publics et les acteurs de la société civile (les quatre hélices) à un niveau régional afin de stimuler et faire progresser l'innovation et la croissance régionale. Le projet 4H-CREAT s'intéresse particulièrement à l'application de ce principe tout en se concentrant exclusivement sur les Industries Créatives et Culturelles (ICC) et en impliquant la génération Z en tant que « représentante de la société civile ». De plus, le projet vise à exploiter et explorer les opportunités croissantes de la technologie et de l'industrie numériques.

Dans ce but, les partenaires du projet 4H-CREAT ont mené une série d'ateliers de co-création, impliquant les pouvoirs publics, l'enseignement supérieur, les ICC et les acteurs de la génération Z en tant qu'utilisateurs potentiels. Les ateliers ont cherché à identifier, co-créer ou tester de nouveaux outils, produits ou services tout en s'appuyant sur l'objectif principal du projet, à savoir, accroître la collaboration au sein des quatre hélices et renforcer la capacité d'innovation. L'idée est à la fois de promouvoir l'intérêt et l'importance d'impliquer les utilisateurs finaux et d'analyser les différentes méthodes pour y parvenir.

TRANSNATIONAL NETWORKING MECHANISMS

In order to guarantee a major transnational impact, networking activities were organised in the course of the 4H-CREAT project, during virtual and face-to-face events.

- **Virtual Fair:**
  An online "Innovation Networking Fair" was organised to put together creators, SMEs, Research Centres and other members of the 4-helix model. This virtual fair was the 1st time for most of the CCI involved they participate in an international event.

- **International Conferences and Fairs: Laval Virtual (FR) and Web Summit (PT)**
  Thanks to the allocation of a specific budget, SMEs, artists or researchers have been able to attend face-to-face meetings in the framework of existing fairs, such as Laval Virtual in Laval, or Web Summit in Lisbon. Not only stakeholders could attend these fairs, discover the latest trends in new sectors of interest for them, but also dedicated events were organised in order to foster networking opportunities.
  During the last year of the project, due to the COVID crisis, partners and stakeholders could not travel to the Laval fair. Nevertheless, thanks to the Laval Virtual World, an entire virtual environment, many of them have still been able to attend conferences and to network from home and through their avatars. This was also the opportunity to test a brand new digital tool and to imagine new applications.

Web Summit in Lisbon

WWW.EASYVIRTUALFAIR.COM
WWW.LAVAL-VIRTUAL.COM
WWW.WEBSUMMIT.COM

"A very worthwhile event to visit. A bit far off the beaten track to consider going without the college's assistance and networking connections; so the opportunity vs time outlay was phenomenal."
Keith Mangan, VisualData

MÉCANISMES DE MISE EN RÉSEAU TRANSNATIONAUX

Afin de garantir un impact transnational majeur, des activités de réseautage ont été organisées pendant le projet lors d'événements virtuels et en face à face.

- **Salon virtuel :**
  Un « salon international de l'innovation » a été organisé en ligne pour rassembler les créateurs, les PME, les centres de recherche et d'autres membres du modèle Quadruple Hélice. Ce salon virtuel était pour la plupart des CCI présentes une 1ère participation à un événement international.

- **Salon et conférences internationaux : Laval Virtual (FR) et Web Summit (PT)**
  Grâce à un budget spécifique, des PME, artistes ou chercheurs ont pu assister à des rencontres en présentiel dans le cadre de salons existants, comme Laval Virtual à Laval, ou Web Summit à Lisbonne. Non seulement les acteurs des ICC ont pu assister à ces salons, découvrir les dernières tendances dans de nouveaux secteurs qui les intéressaient, mais ils ont aussi pu bénéficier d'événements organisés afin de favoriser les opportunités de réseautage.
  Au cours de la dernière année du projet, en raison de la crise du COVID, les partenaires et bénéficiaires n'ont pu se rendre au salon de Laval. Néanmoins, grâce au Laval Virtual World, un environnement virtuel complet, bon nombre d'entre eux ont tout de même pu assister à des conférences et réseauter depuis chez eux et via leurs avatars. Ce fut également l'occasion de tester un tout nouvel outil numérique et d'imaginer de nouvelles applications.

Le Laval Virtual World, monde virtuel dans lequel les membres du projet ont découvert l'action Recto VRso

WWW.EASYVIRTUALFAIR.COM
WWW.LAVAL-VIRTUAL.FR
WWW.WEBSUMMIT.COM

« Un événement très intéressant à visiter. Un peu loin des sentiers battus pour envisager de se passer de l'aide du collège et des mises en relation ; donc l'opportunité vs la dépense de temps était phénoménale. »
Keith Mangan, VisualData

RESOURCES & WEBOGRAPHY

RESSOURCES & WEBOGRAPHIE

ORGANISATIONS LINKED TO CCI IN ATLANTIC AREA / ORGANISATIONS EN LIEN AVEC LES ICC DANS L'ESPACE ATLANTIQUE

EUROPE

- Creative Europe: https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/node_en
- Creative Hubs Network: http://creativehubs.net/
- Culture Action Europe: https://cultureactioneurope.org/
- European Commission: https://ec.europa.eu/culture/policy/cultural-creative-industries_en
- European Creative Business Network: http://ecbnetwork.eu/
- European Cultural and Creative Industries Alliance: https://www.eccia.eu/
- KEA European Affairs: https://keanet.eu/
- Society of Audiovisual Authors: https://www.saa-authors.eu/

FRANCE

- Art+Université+Culture: https://www.auc-asso.com/
- BPI France Création: https://bpifrance-creation.fr/
- Club Innovation et Culture France: http://www.club-innovation-culture.fr/
- Entreprendre dans la culture: http://entreprendre-culture.fr/
- Fédération de la Haute Couture et de la Mode: https://fhcm.paris/fr/
- France Design Education: http://www.fde.design/fr/
- French Design: https://www.lefrenchdesign.org/
- France Industries Créatives: https://www.franceindustriescreatives.com/
- Institut Français: https://www.if.institutfrancais.com/fr
- Institut National des Métiers d'Art: https://www.institut-metiersdart.org/
- Le pôle de coopération pour les musiques actuelles en Pays de la Loire: www.lepole.asso.fr
- Ouest Industries Créatives: www.ouestindustriescreatives.fr
- RéseauCulture21: https://reseauculture21.fr/
- Syndicat national de l'édition: https://www.sne.fr/
- Union Fédérale d'Intervention des Structures Culturelles: www.ufisc.org

IRELAND / IRLANDE

- Animation Ireland: www.animationireland.com
- Arts Council Ireland: www.artscouncil.ie/home
- Art & Disability Ireland: www.adiarts.ie
- Design & Crafts Council Ireland: www.dccoi.ie
- Poetry Ireland: www.poetryireland.ie
- Theatre Forum Ireland: www.theatreforum.ie
- Visual Artists Ireland: www.visualartists.ie

UNITED KINGDOM / ROYAUME-UNI

- Arts Council of Northern Ireland: http://www.artscouncil-ni.org/
- Artquest: www.artquest.org.uk
- Arts and business: www.aandbscotland.org.uk
- British Council's Creative Economy Unit: www.creativeeconomy.org.uk
- Business Gateaway: www.bgateway.com
- Centre for Charitable Giving & Philanthropy: www.cgap.org.uk
- Copyright user: www.copyrightuser.org
- Creative and cultural skills: www.ccskills.org.uk
- Creative Art Business Network: www.cabn.info
- Creative Carbon Scotland: www.creativecarbonscotland.com
- Creative Europe: www.creativescotland.com
- Creative Entrepreneurs: www.creativeentrepreneursclub.co.uk
- Creative Industries Council: https://www.thecreativeindustries.co.uk
- One dance UK: www.onedanceuk.org
- GMAC Film: www.gmacfilm.com
- Highlands and Islands Enterprise: www.hie.co.uk
- Just entreprise: www.justenterprise.org
- NESTA: www.nesta.org.uk
- Opportunities: www.opportunities.creativescotland.com
- Public Art Online: www.publicartonline.org.uk
- Publishing Scotland: www.publishingscotland.org
- Scottish Book Trust: www.scottishbooktrust.com
- Scottish Enterprise: www.scottish-enterprise.com
- Scottish Music Centre: www.scottishmusiccentre.com
- Scottish Music Industry Association: www.smia.org.uk
- Senscot: www.senscot.net
- Starcatchers: www.visitingarts.org.uk
- The Audience Agency: www.theaudienceagency.org
- Visiting Arts: www.visitingarts.org.uk
- Voluntary Arts: https://www.voluntaryarts.org/

SPAIN / ESPAGNE

- Agencia Andaluza de Instituciones Culturales: www.juntadeandalucia.es
- Arq Patrimonio: www.arqpatrimonio.com
- Ballet Flamenco de Andalucía: www.juntadeandalucia.es/cultura/flamenco/ballet-flamenco-andalucia
- Bienal de Sevilla: www.labienal.com/es
- Centra Andaluz de Arte Contemporáneo: www.caac.es
- Escuela Pública de Formación Cultural de Andalucía: www.juntadeandalucia.es/cultura/redportales/formacion-cultural/inicio
- Factoria Cultural: www.factoriacultural.es/andalucia
- Factoría Cultural de Avilés: www.facebook.com/factoriacultural.aviles
- Fundación Tres Culturas del Mediterráneo Spain Andalucía: www.tresculturas.org
- Instituto Andaluz del Flamenco: www.juntadeandalucia.es/cultura/flamenco
- Lab Sevilla: www.labsevilla.com
- Museo de Bellas Artes de Sevilla: www.juntadeandalucia.es/cultura/museos/MBASE/index.jsp?redirect=S2_1.jsp
- Museo del Baile Flamenco Cristina Hoyos: www.museodelbaileflamenco.com
- Proyecto Lunar: www.proyectolunar.com

PORTUGAL

- Agência Nacional de Inovação: www.ani.pt
- Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal: www.portugalglobal.pt
- Agência para a Competitividade e Inovação: www.iapmei.pt
- Associação Empresarial da Região de Lisboa: www.aerlis.pt
- Centro Nacional de Cultura: www.cnc.pt
- Direcção-Geral das Artes: www.dgartes.gov.pt
- FabLab Lisboa: www.economiaeinovacao.lisboa.pt/empreendedorismo/fab-lab-lisboa
- Fundação Calouste Gulbenkian: www.gulbenkian.pt
- Fundação Gestão dos Direitos dos Artistas: www.fundacaogda.pt
- Instituto Camões: www.instituto-camoes.pt
- Instituto do Cinema e do Audiovisual: www.ica-ip.pt
- Mouraria Creative Hub: www.economiaeinovacao.lisboa.pt

POLICIES / POLITIQUES

- Open Method of Coordination (OMC), *"How to strategically use the EU support programmes, including Structural Funds, to foster the potential of culture for local, regional and national development and the spill-over effects on the wider economy?"*, 2014: http://ec.europa.eu/culture/library/reports/policy-handbook_en.pdf
- Innovate UK, *"Digital Economy Strategy Report 2015–2018"*, 2016: https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/404743/Digital_Economy_Strategy_2015-18_Web_Final2.pdf
- Creative Industries Council: Creative Industries Toolkit, 2017: https://www.thecreativeindustries.co.uk/resources/strategy/cities-toolkit
- UK Government: Creative industries: A Sector Deal between government and the creative industries sector, 2018: https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-sector-deal
- EU: Impulse paper on the role of cultural and creative sectors in innovating European industry, 2019: https://op.europa.eu/fr/publication-detail/-/publication/cd264783-3977-11e9-8d04-01aa75ed71a1

CCI IMPACT / IMPACT DES ICC

- Arts Council England, *"The Value of Arts And Culture to People and Society: An Evidence review"*, 2014: www.artscouncil.org.uk/sites/default/files/download-file/Value_arts_culture_evidence_review.pdf
- CREATING GROWTH: Measuring cultural and creative markets in the EU, 2014: http://www.creatingeurope.eu/index.html
- Creative Industries Journal: Technology roadmap for the Creative Industries, 2016: https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17510694.2016.1247627
- bpifrance, Créativité déroutée ou augmentée: Comment le numérique transforme les industries de la French Touch, 2017: https://www.bpifrance-lelab.fr/Analyses-Reflexions/Les-Travaux-du-Lab/Creativite-deroutee-ou-augmentee
- EU CULT Committee - Culture and creative sectors in the European Union - Key future developments, challenges and opportunities, 2019: https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=IPOL_STU(2019)629203
- Ernst&Young, Panorama des Industries Culturelles et Créatives en France, 2019: https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Industries-culturelles/Etats-Generaux-des-industries-culturelles-et-creatives/Etude-Panorama-des-Industries-Culturelles-et-Creatives

CASES STUDIES AND GOOD PRACTICES / ÉTUDES DE CAS ET BONNES PRATIQUES

- Good Practices Search Engine: obs.agenda21culture.net
- EU Eastern Partnership Culture and Creativity Programme: *"Making the Most of Cultural and Creative Resources: The Mapping Handbook and Strategy Building"* - Open Method of Coordination (OMC), *"A good practice report on CCIs' export support and internationalisation strategies"*, 2014: https://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/reports/eac-omc-report-ccs-strategies_en.pdf
- European Union, *"Culture for Cities and Regions: Successful Investments in Culture in European Cities and Regions: A Catalogue of Case Studies"*, 2016: http://nws.eurocities.eu/MediaShell/media/Catalogue_09112016-2.pdf
- EU: Towards more efficient financial ecosystems Innovative instruments to facilitate access to finance for the cultural and creative sectors (CCS) : good practice report - Study, 2016: https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/f433d9df-deaf-11e5-8fea-01aa75ed71a1
- *"Handbook for Creative Towns and Regions"* 2017: www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Policy%20Briefs/170809%20Creative%20Towns%20and%20Regions%20Handbook%20FINAL.pdf
- UK Government, Independent Review of the Creative Industries, 2017: https://www.gov.uk/government/publications/independent-review-of-the-creative-industries
- Deusto Cities Lab Katedra: Mapping creativity driven cities:12 good practices from UNESCO Creative Cities Network, 2018: https://www.academia.edu/37680359/Mapping_creativity_driven_cities_12_good_practices_from_UNESCO_Creative_Cities_Network
- ArtEnPrise: Entrepreneurial competences for artists and cultural operators, 2018: https://www.artenprise.eu/full-report/

LAVAL MAYENNE TECHNOPOLE

INNOVER & RÉUSSIR

Laval Mayenne Technopole
6 rue Léonard de Vinci
CS 20119 - 53001 Laval CEDEX
Tél : +33 (0) 2 43 49 75 00

WWW.LAVAL-TECHNOPOLE.FR

LAVAL MAYENNE TECHNOPOLE

Association under the French law of 1901, Laval Mayenne Technopole (LMT) is the reference for innovation in Mayenne and contributes to the economic development of the region by means of innovation.

In order to set in motion this dynamic of innovation, LMT:

- Coordinates, connects and facilitates the cooperation of existing skills in the Mayenne department: coordination of the digital and agri-food sectors, organization of events (West Data Festival, Inov'dia, Matinées de l'innovation, …)
- Supports initiators of innovative projects and entrepreneurs at all stages of development:
  - **For startups:** at the idea stage with the Idenergie accelerator, when launching with the "UP!" incubator and the Innovative business incubator
  - **For SMEs:** "Challenge Compétences" to encourage innovation ideas, the "APOLLO Programme" to identify an innovation project by listening to clients, SélanC to check the feasibility of an innovative project
  - **For large businesses:** "Mission Exploration" to find startups answering to their needs
  - **For all businesses:** support to set up collaborative projects and facilitation of collaboration with research laboratories
- Develop the attractivity and visibility of the region by promoting innovative regional projects, and by participating in various regional, national and international networks.
  Laval Mayenne Technopole is particularly active in European projects, with 16 participations over the last 10 years.

Association loi 1901, Laval Mayenne Technopole (LMT) est le référent de l'innovation en Mayenne et contribue au développement économique du territoire par l'innovation.

Pour impulser cette dynamique d'innovation, LMT :

- Anime, met en réseau et facilite la coopération des compétences présentes sur le département de la Mayenne : animation des filières numériques et agroalimentaires, organisation d'évènements (West Data Festival, Inov'dia, Matinées de l'innovation, …)
- Accompagne les porteurs de projets innovants et les entrepreneurs à tous les stades de développement :
  - **Pour les startups :** au stade de l'idée avec l'accélérateur Idenergie, au moment du lancement avec l'incubateur UP ! et la Pépinière d'entreprises innovantes
  - **Pour les PME :** Challenge Compétences pour susciter des idées d'innovation, Programme APOLLO pour définir un projet d'innovation à partir de l'écoute des clients, SélanC pour vérifier la faisabilité d'un projet innovant
  - **Pour les grandes entreprises :** Mission Exploration pour trouver des startups répondant à leurs besoins
  - **Pour toutes les entreprises :** accompagnement au montage de projets collaboratifs et facilitation de la collaboration avec les laboratoires de recherche
- Développe l'attractivité et la visibilité du territoire par l'innovation en faisant la promotion des projets du territoire, et en participant à de nombreux réseaux régionaux, nationaux et internationaux. Laval Mayenne Technopole est particulièrement active dans les projets européens, avec 16 participations sur les 10 dernières années.

ACKNOWLEDGMENTS
REMERCIEMENTS

THIS BOOK WAS WRITTEN BY /
CE LIVRE A ÉTÉ ÉCRIT PAR :

Marie-Anne MAUVIEUX,

WITH THE PARTICIPATION OF THE LAVAL MAYENNE TECHNOPOLE TEAM /
AVEC LA PARTICIPATION DE L'ÉQUIPE DE LAVAL MAYENNE TECHNOPOLE :

Céline LOURY, Valérie MOREAU, Christian TRAVIER.

OUR ACKNOWLEDGEMENTS GO TO ALL THOSE WHO CONTRIBUTED, SHARING GOOD PRACTICES OR TESTIMONIES /
NOS REMERCIEMENTS VONT À TOUS CEUX QUI ONT CONTRIBUÉ EN PARTAGEANT DES BONNES PRATIQUES OU DES TÉMOIGNAGES :

Rodrigo ALMEIDA, Dinâmia'cet-iscte (PT) / Simon CAU, Artify (FR) / Colin COMBE, Glasgow Caledonian University (UK) / Yvan CORBAT, Grupo DEX (SP) / Ana Rita CRUZ, Dinâmia'cet-iscte (PT) / François DELAROZIERE, Compagnie La Machine (FR) / Olivier DENOUAL, Quimper Cornouaille Technopole (FR) / Diego DIAZ MORI, Grupo DEX (SP) / Nacho GONZÁLEZ, Andalucia Emprende (SP) / Judith GUEZ, Laval Virtual (FR) / John HANNAFIN, Limerick Institute of Technology (IE) / Fredette LAMPRE, Compagnie La Machine (FR) / Rozenn LE VAILLANT, Quimper Cornouaille Technopole (FR) / Sophie MAITRALLAIN, SAMOA (FR) / Manuel MONTOYA, Camara Sevilla (SP) / Lucie RENOU, SAMOA (FR) / Kike RIESGO, Fida (SP) / Jose Ramon RODRIGUEZ, Área de Cultura del Ayuntamiento de Avilés (SP) / Christophe ROUX, ARTIFY (FR).

This book was published as part of a European project:

4H CREAT PROJECT

And was funded by:

Interreg Atlantic Area
European Regional Development Fund
EUROPEAN UNION

WWW.GCU.AC.UK

WWW.CAMARADESEVILLA.COM

WWW.TECH-QUIMPER.BZH

WWW.LAVAL-TECHNOPOLE.FR

WWW.LIT.IE

WWW.ISCTE-IUL.PT

WWW.AVILES.ES

9 782953 526110

This book has been realised by:

With the support of:

www.4hcreat.com