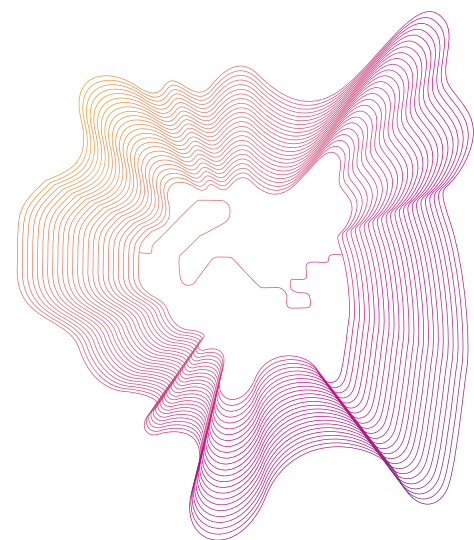


# CULTURE ET INDUSTRIES CRÉATIVES

UN ATOUT ÉCONOMIQUE,  
SOCIAL ET TERRITORIAL  
POUR LE GRAND PARIS



Les **MAGNET**iques



Les **MAGNET**iques  
*Étude*

# Sommaire

P. **04**

## Éditorial

P. **06**

## Introduction

Culture et industries créatives :  
des leviers de développement  
au service des territoires ?

P. **14**

## I- LE GRAND PARIS, UN TERRITOIRE CRÉATIF QUI SE DISTINGUE PAR SA VITALITÉ ET SON DYNAMISME CULTUREL

P. **18**

### 1. Paris, capitale des arts, ville du brio

P. **26**

### 2. L'activité culturelle dans le Grand Paris, un secteur clé dans l'économie, qui fait se rencontrer offre dense et demande soutenue

P. **48**

### 3. Une offre historiquement concentrée à Paris en cours de diversification à l'échelle du Grand Paris

P. **62**

## II- LA VITALITÉ CULTURELLE ET CRÉATIVE DU GRAND PARIS COMME MOTEUR D'ATTRACTIVITÉ ÉCONOMIQUE

P. **66**

### 1. Culture et industries créatives, un ensemble de secteurs économiquement dynamiques et en croissance, qui pèsent dans l'économie francilienne

P. **90**

### 2. La force d'entraînement de la culture : retombées économiques, attractivité des talents et lien social

P. **100**

### 3. Les classes créatives : à l'heure de la guerre des talents, un élément essentiel pour le développement économique des territoires

P. **112**

### 4. Demain et face à l'émergence de nouveaux acteurs, cette vitalité culturelle et créative constitue le joker pour permettre au Grand Paris de conserver son statut de place forte et d'avant-garde innovante

P. **124**

## Conclusion

La création culturelle,  
énergie et aimant vitaux  
pour le développement  
du Grand Paris

P. **126**

## Remerciements

P. **128**

## Bibliographie

## ÉDITORIAL

*« La création culturelle est à la fois la raison et l'effet de la créativité dans tous les domaines. Les territoires et les époques dans lesquels la création culturelle était particulièrement dynamique sont aussi ceux où le dynamisme industriel, scientifique, intellectuel, sociétal était le plus fort. Les industries créatives et culturelles sont aussi un secteur économique essentiel en Île-de-France. De notre point de vue d'attractivité économique, il ne s'agit donc pas tant de valoriser l'immense patrimoine culturel du Grand Paris, déjà bien connu, que de donner à voir la création culturelle d'aujourd'hui, et dans tout le Grand Paris. »*

**Xavier Lépine,**  
Président de Paris Île-de-France Capitale Économique

Cette étude s'inscrit dans un programme plus large, Les MAGNETiques, porté par Paris Île-de-France Capitale Économique, coordonné par Beaux Arts Consulting et soutenu par la DRAC Île-de-France et la Métropole du Grand Paris. Ce programme vise à rendre compte du lien entre création culturelle d'un côté et dynamisme et attractivité du Grand Paris de l'autre et à créer une fertilisation croisée entre le monde culturel et celui de l'entreprise, via trois dispositifs qui nourrissent une réflexion au long cours : la rédaction d'études, dont celle-ci, l'organisation de soirées inspirantes et le montage de résidences d'artistes en entreprises.





## INTRODUCTION

### Culture et industries créatives : des leviers de développement au service des territoires ?

« Les principales villes mondiales, telles que Londres, Paris, New York ou Tokyo et Pékin, sont magnétiques. Ce sont des lieux et des pôles stratégiques qui ont un effet et une influence directs sur les affaires du monde sur le plan économique, culturel et politique, où les programmes mondiaux sont créés, facilités et mis en œuvre. Ils peuvent agir avec force sur l'ensemble de la chaîne de valeur, depuis la génération d'idées jusqu'à la production, la distribution et la commercialisation ».

**Charles Landry**, *Creativity, Culture & the City : a question of interconnection*<sup>1</sup>

**P**ar ces mots, Charles Landry, l'un des pères de la notion de ville créative, souligne la capacité de certaines métropoles à concentrer et attirer l'ensemble des activités stratégiques pour les pays. Ce « **magnétisme** » des villes mondiales, qui combine influence et attraction, est aussi celui qui leur permet de concentrer les activités culturelles, génératrices d'idées et de développement.

**Peut-on même aller plus loin et affirmer que c'est la capacité des métropoles à attirer les activités culturelles qui permet de créer et préserver leur magnétisme et qui les rend attractives et dynamiques économiquement et socialement ?**

Cette question n'est pas nouvelle et deux experts ont contribué à valoriser le rôle joué par la culture : Charles Landry, dès 1995, affirme dans son ouvrage *The Creative City*<sup>2</sup>, que **la culture est considérée de longue date comme un levier de développement économique et social des territoires, en particulier dans un contexte de désindustrialisation**. Richard Florida, quant à lui, propose en 2002 dans *The Rise of the Creative Class*<sup>3</sup>, une autre approche en insistant sur l'importance des classes créatives, qu'il voit comme vecteurs d'innovation et de compétitivité des villes à l'échelle mondiale.

<sup>1/</sup> Landry, Charles (2011) *Creativity, Culture & the City : a question of interconnection*, North Rhine-Westphalia Ministry of Family, Children, Youth, Culture and Sport, Forum d'Avignon RUH : ECCE.

<sup>2/</sup> Landry, Charles (1995) *The Creative City : a toolkit for Urban Innovators*, Routledge.

<sup>3/</sup> Florida, Richard (2002) *The Rise of the Creative Class : And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, Basic books.

Dans le même temps, de nombreuses villes se sont saisies de la culture pour revitaliser leur territoire. Un des cas les plus emblématiques en est l'ouverture en 1997 du Musée Guggenheim à Bilbao qui a permis à la fois de redynamiser cette ancienne ville industrielle et de changer son image en générant des retombées économiques directes de plus de 485 millions d'euros et en attirant dans la ville plus d'un million de touristes annuels, dont 60% d'étrangers. Cette réussite a créé un précédent que de **nombreuses villes ont depuis tenté de reproduire, rarement avec un tel succès, et que l'on a appelé « l'effet Bilbao »**. D'autres villes, à l'instar de Graz, Lucerne, Marseille ou Lyon ont fait de la culture, pris dans son sens large, un véritable instrument de politique publique au profit du renouvellement urbain et d'un renforcement de leur attractivité. Ces politiques se sont appuyées sur la création de labels qui leur apportent une visibilité importante sur la scène internationale, comme par exemple le label des Capitales Européennes de la Culture, créé en 1985 (titre porté par plus de 50 villes depuis) ou le réseau des villes créatives de l'UNESCO, mis en place en 2004 pour les villes ayant identifié la créativité comme un facteur de développement urbain durable (le réseau regroupe aujourd'hui 426 villes membres).

Les effets d'entraînement attendus de la culture nécessitent un secteur dynamique. Mais comment qualifier le dynamisme créatif et culturel d'une ville ? Repose-t-il sur le nombre de lieux culturels, sur le nombre d'événements, sur leur portée et leur rayonnement, sur leur répartition sur le territoire ou leur fréquentation ? Dépend-il de la présence d'une économie créative, conditionnée par la présence d'une population créative sur le territoire ? Quels indicateurs retenir pour établir la réalité du poids à la fois économique, social et territorial de la culture et des industries créatives ? Une fois ce dynamisme démontré, comment le corrélér au dynamisme économique ?

Analyser le lien entre culture, développement économique et attractivité nécessite donc de tenir ensemble trois approches différentes :

1. **Analyser le secteur culturel comme un secteur économique à part entière**, qui génère un chiffre d'affaires et de l'emploi.
2. **Mesurer l'effet d'entraînement** du secteur culturel sur d'autres activités économiques et sur les territoires dont il contribue à changer l'image et à accroître l'attractivité touristique.
3. **Étudier comment la culture peut alimenter l'attractivité d'un territoire** pour les populations les plus créatives, et ainsi générer de la croissance et pourquoi pas de l'innovation, qu'elle soit sociale, économique ou technologique, créant ainsi un cercle vertueux pour le territoire et faisant de la culture un atout vital.

## Le Grand Paris, emblème de l'équation gagnante « métropole culturelle = métropole attractive et innovante » ?

**A**nalyser l'impact de la culture sur l'attractivité et la capacité d'innovation de la région capitale exige de rappeler une évidence : **Paris vaut comme archétype de la ville culturelle**. La consultation sur plusieurs années de sondages auprès du grand public sur ce qui fonde l'identité de Paris fait ressortir clairement combien, **dans l'imaginaire collectif, la culture est indissociable de l'image de la capitale**. Le rapport Janicot de 2013 par exemple, citant un sondage CSA, note que « pour 42% des Franciliens, Paris est la ville qui incarne le plus la culture dans le monde. Suivent loin derrière New York et Rome, avec chacune 13% et Londres 10%<sup>4</sup> ».

La consultation de divers classements grand public sur plusieurs années conduit au même résultat : le classement 2017 du Condé Nast Traveller<sup>5</sup>, réalisé auprès des lecteurs du magazine, fait de Paris la 3<sup>e</sup> meilleure ville pour l'art et la culture derrière Florence et Rome, quand celui d'Insider, qui sélectionne en 2017 les trente villes avec le plus d'attractions culturelles par habitant, la classe en 5<sup>e</sup> position<sup>6</sup>. Plus récemment Inkifi, s'appuyant notamment sur le nombre d'infrastructures culturelles pour 100 000 habitants et sur les posts Instagram qui leur sont consacrés, classe en 2020 Paris 1<sup>re</sup> mondiale pour les villes créatives<sup>7</sup>, quand Bounce, utilisant une méthodologie similaire, classe Paris en 2022 à la 6<sup>e</sup> position parmi les villes européennes<sup>8</sup>. Le très sérieux classement des villes créatives et culturelles du Joint Research Center de la Commission Européenne<sup>9</sup>, dont le but est d'établir une « performance culturelle » en prenant pour base 190 villes de l'Union Européenne, plaçait lui-même en 2019 Paris en tête des villes les plus culturelles en Europe, devant Munich (2), Londres<sup>10</sup> (3), Milan (4) et Berlin (5). Ce classement est sans doute le plus complet et le plus neutre puisqu'il se base sur 29 indicateurs quantitatifs illustrant trois facettes majeures de la vie culturelle : l'effervescence culturelle (« *cultural vibrancy* »), mesurée par le nombre d'infrastructures culturelles et la participation à la vie culturelle, la présence d'une économie créative (« *creative economy* ») estimée par le nombre d'emplois créatifs, la création d'emplois dans le secteur culturel et l'innovation, et enfin la présence d'un écosystème favorable au développement de la culture et de la créativité (« *enabling environment* »), qui regroupe éducation, ouverture d'esprit, accessibilité en transports, et qualité de la gouvernance. Plus précisément, Paris obtient le meilleur score pour l'effervescence culturelle et l'économie créative. La ville est en revanche devancée par Londres de presque six points en ce qui concerne la présence d'un écosystème favorable au développement de la culture et de la créativité.

4/ Janicot, Daniel (2013) *La dimension culturelle du Grand Paris : rapport au président de la République*, La Documentation française.

5/ Modak, Sebastian, « *The World's best Cities for Arts and Culture* », Condé Nast Traveler, 13 septembre 2017

6/ Pantazi, Chloé, « *The world's 30 best cities for art, food and music* », Insider, 25 octobre 2017, cf. adresse du site en fin de document.

7/ « *The most creative cities in the world ranked* », Inkifi, cf. adresse du site en fin de document.

8/ « *Europe's Most Cultured Cities* », Bounce, 30 décembre 2022, cf. adresse du site en fin de document.

9/ Montalto, Valentina ; Tacao Moura, Carlos Jorge ; Alberti, Valentina ; Panella, Francesco et Saisana, Michaela (2019) *The Cultural and Creative Cities Monitor* : 2019 édition, Publications Office of the European Union, Luxembourg.

10/ Classement établi avant le Brexit.

**Un des principaux enjeux aujourd'hui est celui du passage à une autre échelle, celle du Grand Paris.** La diversité des infrastructures et de l'offre culturelles ainsi que la vivacité de la scène artistique qui caractérisent le Grand Paris demeurent insuffisamment reconnues et ne servent pas encore de socle pour nourrir une image de Grand Paris culturel. La Métropole du Grand Paris, dont l'ambition est de renforcer la compétitivité mondiale du Grand Paris en termes d'attractivité, de rayonnement et de développement économique, s'est saisie de l'enjeu de l'impact de la culture et permet aujourd'hui de le faire changer d'échelle et de l'imposer comme sujet commun de l'intercommunalité. Le travail mené en ce sens aujourd'hui passe tant par la mise en lumière des espaces de culture et de patrimoine à l'échelle du Grand Paris (voir le travail cartographique de l'Atlas du Grand Paris publié par l'APUR en lien avec la Direction régionale des affaires culturelles d'Île-de-France, la Métropole du Grand Paris et la Société du Grand Paris<sup>11</sup>, ou encore les sentiers métropolitains du Grand Paris) que par des actions très concrètes en faveur du croisement entre culture, art, espaces publics et projets urbains à l'instar des appels à projets « Partage ton Grand Paris » en partenariat avec la Société du Grand Paris (3<sup>e</sup> édition en 2023), ou par le soutien à des manifestations culturelles (Nuit Blanche) ou à la création de nouvelles infrastructures d'envergure métropolitaine (comme le nouveau bâtiment des Ateliers Médicis, prévu pour 2025 à proximité de la gare Clichy-Montfermeil et dont la vocation est culturelle, mais aussi éducative, sociale et économique<sup>12</sup>).

Ce changement d'échelle, ancré de plus longue date en matière de développement économique, permet d'étudier au plus près l'impact du secteur culturel sur les dynamiques territoriales et le développement économique et ainsi de vérifier la justesse de l'équation « **métropole culturelle = métropole attractive et innovante** » ?

11/ Apur (2022) *Atlas des lieux culturels du Grand Paris*.

12/ « L'agence Encore Heureux choisie pour dessiner le futur bâtiment des Ateliers Médicis », Ateliers Médicis, 5 avril 2022, cf. adresse du site en fin de document.

## Focus : Que recouvre l'activité du champ culturel ?

Le terme de culture a recouvert au fil du temps un périmètre de plus en plus large et a fait l'objet de diverses définitions par des institutions officielles, nationales ou internationales. En France, le ministère de la Culture englobe dans son champ d'action à la fois le patrimoine (l'architecture, les archives, les musées...), la création artistique (les arts plastiques, la photographie, le théâtre, la danse...), les médias et les industries culturelles (principalement le livre et l'audiovisuel).

Cette étude s'appuie sur une définition large de la culture en faisant sienne celle de l'UNESCO qui la définit comme « *les secteurs d'activité ayant comme objet principal la création, le développement, la production, la reproduction, la promotion, la diffusion ou la commercialisation de biens, de services et activités qui ont un contenu culturel, artistique et / ou patrimonial* »<sup>13</sup>. Elle reprend la nomenclature des codes NAF<sup>14</sup> et NACE<sup>15</sup>. Ainsi, cette étude couvre les activités patrimoniales, c'est-à-dire l'ensemble des activités de mise en valeur des héritages du passé (musées, monuments historiques) et englobe également les industries culturelles et créatives (ICC), c'est-à-dire l'ensemble des secteurs d'activité ayant pour objet principal la création, soit une quinzaine de champs de pratiques : arts visuels et photographie, architecture, publicité et communication, cinéma, vidéo, audiovisuel, photographie, musique, spectacle vivant, design, marché de l'art, antiquités, mode, édition (livre et presse), radio, jeux vidéo, artisanat d'art. Les secteurs artistiques répondent à des mécanismes particuliers, loin des secteurs plus classiques - ici la notion de prototype est centrale, chaque œuvre étant unique, les gains de productivité ne sont pas souvent applicables et l'intervention publique semble un acquis<sup>16</sup>. Ces éléments donnent à l'activité culturelle une **dimension de prise de risque permanente et en fait un secteur propice à l'innovation**.

Pour simplifier la lecture, nous conserverons dans la suite de cette étude le terme de **culture et industries créatives** pour regrouper l'ensemble de ces activités<sup>17</sup>.

13/ UNESCO-ISU (2009) *Le cadre de l'Unesco pour les statistiques culturelles (CSC)* 2009.

14/ Nomenclature des Activités Françaises

15/ Nomenclature statistique des Activités économiques dans la Communauté Européenne

16/ Greffe, Xavier (2010) « Introduction : l'économie de la culture est-elle particulière ? », *Revue d'économie politique*, 2010/1, vol.120, pp 1 - 34.

17/ Précisons également que cette étude ne tient pas compte des pratiques amateurs qui ne sont pas rattachées aux champs économiques étudiés.

## POINT MÉTHODOLOGIQUE

### Comment mesurer l'impact total de la culture ?

« Ce qui compte ne peut pas toujours être compté, et ce qui peut être compté ne compte pas forcément. »

Albert Einstein, Propos attribués

Le Grand Paris puise dans la culture et les industries créatives une part de sa solidité économique et de ses perspectives de développement.

Pour le montrer, nous avons mobilisé trois types de sources complémentaires :

1. **Des chiffres clés** pour évaluer le poids et l'impact de la culture dans le Grand Paris. Les bases de données qui sont aujourd'hui à disposition sont lacunaires, hétérogènes et ne recouvrent pas toujours des champs comparables. Différents périmètres géographiques ont été retenus en fonction de la disponibilité des données (Île-de-France ou Grand Paris).
2. **Des témoignages d'acteurs clé** du territoire mobilisés spécifiquement pour cette étude, recueillis entre mars et novembre 2022 dans le cadre d'entretiens semi-directifs.
3. **Plus de soixante études**, rapports de syndicats et organisations professionnelles et articles ont été consultés et intégrés à la réflexion<sup>18</sup>. Ils permettent de dessiner les contours du champ de la culture et d'identifier les questionnements qui le traversent.

L'ambition de cette étude n'est pas de dresser un panorama exhaustif, mais de saisir et qualifier le lien entre créativité, culture, économie et innovation dans la région capitale, en usant de la comparaison avec d'autres cas d'études afin de mettre en perspective celui du Grand Paris.

<sup>18</sup>/ La liste des références se trouve en fin de document





I

**LE GRAND PARIS,  
UN TERRITOIRE  
CRÉATIF QUI SE  
DISTINGUE PAR  
SA VITALITÉ ET  
SON DYNAMISME  
CULTUREL**



16

« Paris n'est ni la ville la plus peuplée, ni la plus riche d'Europe, ni la seule qui pourrait jouer ce rôle en raison de son ancienneté et de son capital symbolique (...) Son excellence dans certains domaines culturels peut être contestée par d'autres cités (...) La capitale française ne commande pas non plus le territoire national le plus vaste (...). Pourtant, sans être première partout sur le plan culturel, au titre de la puissance ou du niveau de civilisation, la capitale française parvient à paraître l'hypercentre qui détient au plus haut niveau tous les attributs d'une ville rayonnante et attractive. »

Christophe Charle, *Paris, « capitales » des XIX<sup>e</sup> siècles*<sup>19</sup>

Salvador Dalí avait désigné la gare de Perpignan comme centre du monde, rappelant que dans le monde vu par les artistes, l'histoire, l'habitude, les héritages, les symboles ou la logique ne suffisent pas à établir une domination ou une centralité. L'art et la culture peuvent décréter une organisation différente du monde, voire le construire selon leur souhait. Ainsi la géographie des lieux culturels ne fait pas nécessairement coïncider les lieux dominants du pouvoir politique, économique ou social et les plus grands centres culturels. Mais elle le peut : **figure par excellence du centralisme et de la concentration de tous les pouvoirs, Paris, capitale artistique et culturelle de résonance mondiale, en est certainement un des meilleurs exemples.**

<sup>19</sup>/ Charle, Christophe (2021) *Paris, « capitales » des XIX<sup>e</sup> siècles*, Le Seuil, Points Histoire.

Quel effet a cette concentration si spécifique à la région capitale sur la vitalité de son secteur culturel ? Et dans quelle mesure **le dynamisme de la culture et des industries créatives et leur poids économique contribuent-ils à affermir le positionnement économique du Grand Paris** ? A quel niveau de l'échiquier culturel mondial le Grand Paris se positionne-t-il ? Peut-il prétendre au tiercé de tête ou cherche-t-il à défendre une couronne manquant désormais d'éclat ? La vivacité du secteur résonne-t-elle dans les frontières élargies du territoire ou est-elle cantonnée dans les héritages patrimoniaux qui peuplent son centre historique ?

17





# 1. PARIS, CAPITALE DES ARTS, VILLE DU BRIO<sup>20</sup>

« Paris est la capitale de la civilisation, qui n'est ni un royaume, ni un empire, et qui est le genre humain tout entier dans son passé et dans son avenir. Et savez-vous pourquoi Paris est la ville de la civilisation ? C'est parce que Paris est la ville de la révolution. »

**Victor Hugo**, Actes et paroles. Depuis l'exil, journal du 5 septembre 1870

« Paris, Capitale des Arts », « Paris, Capitale de la Mode », « Paris, Capitale de la Gastronomie », « Paris, Capitale de l'art de vivre à la française » : l'opinion publique française, comme internationale, fait de Paris depuis des siècles une capitale culturelle dominante. Cette longévité n'est explicable que par la capacité de la capitale à sans cesse se réinventer, à favoriser l'émergence de nombreux mouvements artistiques et à lier pouvoir, création et innovation. Le fruit de cette histoire longue constitue aujourd'hui un socle sur lequel la région capitale s'appuie indéniablement, sans toutefois que cet héritage étouffe l'éclosion d'une offre innovante et diversifiée.

## Paris : centre du pouvoir et capitale historique des Arts

Le développement culturel de Paris a, au fil de l'histoire, été intrinsèquement lié au pouvoir politique en place, si bien qu'on peut corréliser les périodes de dynamisme culturel et créatif avec celles d'expression d'un pouvoir politique, administratif, économique et judiciaire fort : les souverains sont les premiers mécènes des arts qu'ils intègrent pleinement à leur programme politique pour marquer la ville de leur empreinte, notamment architecturalement. Sous les règnes de Philippe Auguste, de Louis IX et de Philippe IV le Bel, sont construits dans la capitale le Palais du Louvre, le Palais de la Cité, la cathédrale Notre-Dame (achevée vers 1250) ou encore la Sainte-Chapelle. À son tour, François Ier, lorsqu'il fait de Paris sa résidence officielle, opère de grands travaux, en posant par exemple les premières pierres de l'Hôtel de Ville. Accueillant déjà 250 000 habitants et particulièrement dense, Paris fait s'écrier à l'empereur Charles Quint qui la visite pour la première fois « *Lutetia non urbs, sed orbis* » (*Paris n'est pas une ville, c'est un Monde !*). Plus tardivement, Napoléon, sacré empereur en 1804, souhaite faire de Paris la « Nouvelle Rome ». En résulte un vaste programme architectural, qui marque encore aujourd'hui la capitale : arcs de triomphe de l'Étoile et du Carrousel, colonne Vendôme...

<sup>20</sup>/ Prochasson, Christophe.  
« Paris 1900. Quand la culture construit l'espace », *Avenirs et avant-gardes en France XIX<sup>e</sup>-XX<sup>e</sup> siècles. Hommage à Madeleine Rebérioux*, sous la direction de Fridenson Patrick. La Découverte, 1999, pp. 129-144.

Si ces grands programmes de mécénat politique ont permis la création de véritables joyaux architecturaux et artistiques, qui marquent encore aujourd'hui l'image de la capitale, ils ont également joué un **rôle non négligeable dans le développement du dynamisme culturel de Paris, en créant le besoin et les conditions économiques favorables à l'installation d'artistes et d'artisans**. Très tôt, les souverains alimentent également l'ébullition intellectuelle de la capitale par la création d'universités, par exemple l'Université de Paris sous Philippe Auguste ou le Collège Royal (actuel Collège de France) sous François I<sup>er</sup>. Sur le moyen et le long terme, de telles infrastructures permettent également de construire l'image d'un Paris culturel et artistique.

Déjà, la géographie du pouvoir et de l'offre culturelle, artistique et architecturale sort des frontières de la ville de Paris : **les châteaux de Fontainebleau, Saint-Germain-en-Laye, Vincennes puis de Versailles, sièges du pouvoir, sont aussi des lieux d'expression de la création, du savoir-faire et de l'innovation des artistes**. Les techniques d'argenterie utilisées pour la réalisation de la Galerie des Glaces ou le système d'eau qui permet d'animer bosquets et bassins des jardins de Versailles témoignent de ces **connexions historiques entre art, industrie et innovation**. Le programme *Versailles Off*, qui faisait dialoguer de 2007 à 2017 des artistes de renommée internationale comme Jeff Koons, Anish Kapoor ou Joana Vasconcelos avec le château, s'en faisait un écho contemporain, ravivant ce dialogue créatif à l'ère contemporaine.

► Château de Vincennes



© Edgar Jiménez

## Paris : ville des artistes et des intellectuels, creuset de l'avant-garde

Paris est rapidement devenue un des centres de la vie artistique et intellectuelle française, européenne voire internationale, et ce, également en marge des pouvoirs politiques en place. S'implante en ce sens à Paris un véritable **« milieu culturel »**, c'est-à-dire un écosystème où se côtoient et se nourrissent mutuellement les artistes, les intellectuels et les grands inventeurs, entretenant un cercle vertueux et une ébullition scientifique, économique, sociale et culturelle.

Le cas des Salons du XVIII<sup>e</sup> siècle illustre cette dynamique : alors que le pouvoir politique est implanté à Versailles depuis 1677, Paris redevient rapidement un lieu de bouillonnement intellectuel sous l'impulsion de femmes de lettres et de culture comme Madame de Tencin ou Madame Geoffrin qui reçoivent dans leurs hôtels particuliers parisiens scientifiques, philosophes ou écrivains tels que Condorcet, Lavoisier, Montesquieu, Voltaire, Diderot, d'Alembert, Grimm, Buffon et Helvétius pour des soirées de débats. Ces nouveaux espaces d'expression sont le creuset du développement de la pensée des Lumières.

A partir de la Belle Époque, Paris, devenue haut lieu d'accueil pour tous les artistes français, européens et internationaux ainsi que pour les artistes en exil<sup>21</sup>, connaît une expansion culturelle et créative sans précédent et fédère un milieu culturel et artistique très vivant qui se retrouve dans les cafés et expose dans les salons de la capitale : **« Pendant la majeure partie du XIX<sup>e</sup> et pratiquement tout le XX<sup>e</sup>, la position de Paris comme capitale des arts est restée incontestée : la beauté de la ville, son atmosphère romantique, son histoire culturelle, sa politique libérale et le faible coût de la vie en ont fait un aimant pour les artistes du monde entier<sup>22</sup> »**. La ville, et notamment les quartiers de Montmartre ou Montparnasse, deviennent alors le lieu de la modernité artistique et littéraire, accueillant de grands noms parmi lesquels Mucha, Toulouse-Lautrec, Braque, Picasso ou Léger qui contribuent à l'effervescence culturelle aussi bien qu'ils s'en nourrissent. Un esprit contestataire s'y développe et s'y matérialise dans **plusieurs mouvements artistiques d'avant-garde** tels que l'impressionnisme, le cubisme, le fauvisme ou l'art nouveau, qui s'exposent notamment à partir de 1903 lors des Salons d'Automne et des expositions consacrées à de jeunes artistes. En 1924, le Manifeste du Surréalisme y est publié. De grands marchands et galeristes comme Ambroise Vollard, ou collectionneurs comme Leo et Gerturde Stein, des Américains installés à Paris, révèlent ces avant-gardes et s'en font les défenseurs.

21/ De façon intéressante dès 1900, l'École de Paris désigne l'ensemble des artistes d'origine étrangère, souvent russes ou originaires d'Europe centrale, implantés à Paris.

22/ Présentation de l'exposition Paris Capitale des Arts, cf. adresse du site en fin de document.



Le célèbre Moulin-Rouge à Pigalle, cabaret parisien fondé en 1889

23/ Gualbert, Bénédicte (2022) « Paris Capitale de la Mode, entraîne dans son sillage toute la filière création-mode-design d'Île-de-France », *Cahiers du CRO-CIS*, n°43.

24/ Musée de l'Histoire de l'immigration (2022) Communiqué de presse pour l'exposition « Paris et nulle part ailleurs, 24 artistes étrangers à Paris. 1945-1972 », cf. adresse du site en fin de document.

Au même moment, la vie artistique et culturelle parisienne se développe également à travers les cabarets, dont les plus emblématiques sont ceux de Pigalle. On voit naître différents styles, du théâtre de boulevard de Feydeau ou Labiche à la tragédie incarnée par l'actrice Sarah Bernhardt. Les premières projections de cinéma se développent et la diffusion de la presse s'intensifie, ouvrant également la voie à ces industries culturelles au succès économique fulgurant.

Cette effervescence concerne tous les milieux créatifs, dont par exemple celui de la mode et de la haute-couture. S'appuyant sur une longue tradition de métiers d'art, **de nombreuses maisons de haute-couture sont créées à Paris** dès le XIX<sup>e</sup> siècle, la première du genre étant probablement celle fondée en 1858 par Charles Frederick Worth. À la même période se développent les Grands Magasins qui révolutionnent la façon d'acheter et de consommer le luxe en le rendant plus accessible. Le choix de nombreux couturiers de s'installer à Paris dès la première moitié du XX<sup>e</sup> siècle, Gabrielle Chanel d'abord, puis Yves Saint-Laurent, Christian Dior, Christian Lacroix, Pierre Balmain pour n'en citer que quelques-uns, a permis d'entretenir un vaste écosystème de métiers d'art et de conserver intacts certains savoir-faire d'excellence. Paris peut ainsi se targuer de demeurer la « capitale mondiale incontestée en matière de mode et d'art de vivre »<sup>23</sup>, ce qui se traduit aujourd'hui par le fait de figurer parmi les quatre plus grandes *Fashion Weeks* mondiales.

Même quand des concurrentes aussi dynamiques et innovantes que New York montent en puissance après la Seconde Guerre mondiale, « c'est encore à Paris, et, pour beaucoup, nulle part ailleurs, qu'il faut aller se former, créer, exposer, confronter son travail à celui des autres, écrire l'histoire de l'art »<sup>24</sup>.

## Paris : ville d'art et d'innovation

**T**rès tôt ce dynamisme culturel est intrinsèquement lié au dynamisme économique et à l'innovation industrielle parisienne : les milieux culturels et artistiques parisiens accompagnent les grandes innovations, qu'elles soient sociales, économiques ou industrielles. L'investissement de capitaines d'industrie, de savants ou d'hommes politiques dans des constructions portées par les architectes les plus avant-gardistes de leur temps, que ce soit pour la Villa Savoye du Corbusier à Poissy dans les Yvelines ou la Maison de verre du docteur Dalsace à Paris<sup>25</sup>, est une illustration significative de ce dialogue entre les innovateurs des arts, de la technique et de l'économie.

Cette liaison se manifeste notamment au XX<sup>e</sup> siècle, avec les deux expositions universelles de 1889 et 1900. Véritables vitrines du dynamisme économique et culturel de la ville auprès de nombreux visiteurs français et internationaux (51 millions de visiteurs en 1900), elles marquent la capitale de leur empreinte, aussi bien artistique qu'architecturale, et sont à l'origine de révolutions techniques et culturelles : construction de la tour Eiffel (1889), du Grand Palais ou du Petit Palais (1900), première ligne de métro parisienne (1900) et nouvelles gares de Paris et Lyon (1900). Les stations des premières lignes de métro, véritables emblèmes de modernité, sont conçues par l'artiste Hector Guimard, chantre de l'art nouveau, qui réalise notamment les fameuses bouches de métro dont la structure en fonte de fer prend des lignes organiques et dessine des motifs végétaux<sup>26</sup>.

Bouche de métro parisienne par Hector Guimard



25/ Voir le documentaire *La Maison de Verre* de Richard Copans, Stan Neumann, disponible sur Arte VOD, cf. adresse du site en fin de document.

26/ 87 sur les 167 d'origine sont toujours visibles dans les rues parisiennes pour témoigner de cette créativité. L'une d'elle fut confiée à l'artiste Jean Michel Othoniel en 2000 : il habilla ainsi de 800 perles géantes en verre de Murano la sortie située face à la Comédie Française.

« *L'Exposition internationale des Arts et Techniques appliquées à la vie moderne* », qui se tient à Paris en 1937, est un autre exemple de cette association de l'art et de la modernité. Des artistes sont invités à décorer certains des pavillons français, consacrés aux grandes innovations : Robert et Sonia Delaunay pour le Pavillon de l'air et des chemins de fer, ou de façon plus emblématique Raoul Dufy qui conçoit pour le Pavillon de la lumière sa *Fée Électricité*, une peinture monumentale (aujourd'hui exposée au Musée d'Art Moderne de Paris) racontant sur plus de 600 m<sup>2</sup> l'histoire de l'électricité et de ses applications.

« **Moderne depuis des lustres** » : ce slogan, emprunté au Mobilier National, institution pluricentenaire qui joue un rôle de soutien et faire-valoir des métiers d'art et du design, résume cette histoire grand-parisienne de perpétuel dialogue et renouvellement qui fit et continue à faire la modernité de la création à Paris et en Île-de-France.

► Fée Électricité par Raoul Dufy - Musée d'Art Moderne de Paris





## 2. L'ACTIVITÉ CULTURELLE DANS LE GRAND PARIS, UN SECTEUR CLÉ DANS L'ÉCONOMIE, QUI FAIT SE RENCONTRER OFFRE DENSE ET DEMANDE SOUTENUE

« [Il existe une] extraordinaire expansion de l'offre et de la demande culturelle qui échappe à toute régulation nationale mais s'exprime dans les villes sous la forme de la diversité culturelle. »

Guy Saez, *La métropolisation de la culture*<sup>27</sup>

Paris hérite d'une histoire culturelle et artistique riche sur laquelle elle s'appuie pour rester aujourd'hui une métropole culturelle dynamique : un patrimoine source d'inspiration pour les créatifs, une réputation prestigieuse en tant que capitale des arts, des écosystèmes déjà bien structurés et une tradition de soutien public et politique à la culture. Comment la capitale parvient-elle à éviter l'écueil d'un « *Paris éternel* » qui pourrait la figer dans une image patrimoniale et potentiellement sclérosante ?

Pour entretenir et renouveler la flamme créative, **le Grand Paris peut capitaliser sur un triptyque central : une force de production culturelle, une vaste palette d'offres, et une population de « consommateurs » culturels, qui ensemble font fonctionner un écosystème générateur de PIB.**

### Des populations créatives qui contribuent à entretenir un haut niveau de production culturelle.

Malgré l'existence d'autres pôles très dynamiques et attractifs sur le territoire national, la région Île-de-France est incontestablement la région qui concentre le plus de populations créatives<sup>28</sup>, étudiants et professionnels de la culture, si bien qu'à l'échelle de la ville de Paris, celles-ci représentent 9% de la population parisienne totale. La capacité à concentrer une vaste population créative est un levier important pour entretenir un fort niveau de vitalité artistique sur un territoire : en effet cette population créative va directement contribuer à produire les biens culturels et les œuvres, qui pourront ensuite être consommés sur le territoire ou ailleurs.

<sup>27/</sup> Saez, Guy (2014) « La métropolisation de la culture », *Cahiers Français* N°382.

<sup>28/</sup> Pris au sens large de tout métier impliquant de la création (artistes, designers, architectes, graphistes etc.)

## CHIFFRES CLÉS

### La population créative culturelle en Île-de-France

- 45% des artistes-auteurs français sont implantés en Île-de-France en 2019<sup>29</sup>.
- 33% des architectes français sont implantés en Île-de-France en 2019<sup>30</sup>.
- 71% des designers lauréats du French Design 100, un prix de design français récompensant chaque année cent projets de design d'objets et d'espaces faisant rayonner le design français à travers le monde, sont situés dans le Grand Paris en 2022<sup>31</sup>.

29/ Maison des Artistes (2019), Rapport d'activité.

30/Conseil National de l'Ordre des Architectes (2020) *Archigraphie*.

31/Recensement effectué à partir du site : Le French Design, cf. adresse du site en fin de document.

### La population créative à Paris, comparée aux autres capitales

- + 29 000 étudiants en Art en Île-de-France, contre environ 11 000 à Amsterdam, Milan ou Tokyo<sup>32</sup>.
- 9% de la population francilienne travaille dans l'industrie créative, contre 11,9% à Londres 10,5% à Los Angeles, 5,3% à New York<sup>33</sup>.

32/ World Cities Culture Forum (2018) *World Cities Culture Report*, cf. adresse du site en fin de document..

33/ *Ibid.*

### La population créative internationale à Paris

- 11% d'étudiants étrangers inscrits en école d'Art ou d'architecture, en moyenne en Île-de-France<sup>34</sup>.
- 1 064 architectes étrangers installés à Paris en 2009, soit 3% de l'effectif total des architectes en France<sup>35</sup>.

34/ Moyenne réalisée à partir des données transmises par les écoles d'architectures et d'art franciliennes, 2022.

35/ Nogue, Nicolas (2010) « *Les architectes étrangers en France* ».

La comparaison avec d'autres métropoles internationales, culturellement dynamiques, permet de montrer que Paris se situe au niveau des plus grandes métropoles culturelles internationales et d'illustrer la « force de frappe » de producteur culturel de la région capitale.

La force attractive de Paris, héritage historique, se poursuit. La présence d'étudiants ou de créateurs étrangers reste significative, entretenant le rôle de creuset créatif de la capitale.

Cette capacité parisienne et francilienne à attirer les talents créatifs est le résultat d'une multiplicité de facteurs : le prestige et la réputation de Paris comme capitale des arts et de la culture<sup>36</sup>, bien sûr, mais aussi la richesse du milieu culturel parisien et sa diversité qui jouent par ailleurs un rôle capital en termes d'opportunités ouvertes. L'Île-de-France concentre tout d'abord de **nombreux lieux pour se former** - 139 établissements d'enseignement supérieur artistique ou culturel, dont 102 à Paris, à la renommée parfois d'envergure internationale : la région capitale compte au moins six écoles d'architecture reconnues par l'État et l'Ordre national des architectes<sup>37</sup>, des écoles d'art prestigieuses comme l'École Nationale Supérieure des Beaux-Arts, la Fémis pour le cinéma, l'École des Gobelins pour l'image, l'Institut Français de la Mode etc. La plupart de ces parcours de formation intègrent des échanges internationaux et permettent à leurs élèves étrangers d'étudier à Paris et à l'international.

A Paris, on trouve aussi **des infrastructures pour créer** : 725 lieux de production artistique, dont 368 ateliers logements et 357 studios d'enregistrement<sup>38</sup>, 36 tiers-lieux culturels accueillant des espaces de production et 20 fabriques artistiques, c'est-à-dire des lieux de recherche et d'expérimentation pour les artistes, labellisés par le ministère de la Culture. La capitale dispose aussi de lieux de résidence pour les artistes plasticiens, les musiciens, les troupes de théâtre ou de danse, dont il est impossible d'estimer le nombre, tant les formats et les acteurs (publics, privés, associatifs) diffèrent : des dispositifs publics ou parapublics comme les ateliers d'artistes de la Ville de Paris<sup>39</sup>, les ateliers de l'État situés à Paris<sup>40</sup> ou les 89 ateliers de la Fondation des Artistes<sup>41</sup> répartis entre Paris et Nogent-sur-Marne, aux initiatives privées ou associatives de taille très variable. 250 artistes sont accueillis au sein de POUISH Aubervilliers, lieu innovant dédié à la création contemporaine qui a reconverti l'ancienne parfumerie L.T Piver en résidence. Plus de 1 200 artistes sont logés chaque année à la Cité Internationale des Arts dans le Marais et à Montmartre, une dizaine de chorégraphes sont accompagnés annuellement par l'association La Fabrique de la Danse dans le cadre de son Incubateur des Chorégraphes...

36/ Voir l'entretien avec Marion Papillon, Présidente du Comité Professionnel des Galeries d'Art ci-après

37/ Paris-La Villette, Paris-Belleville, Marne-La-Vallée, Paris-Malaquais, Paris Val-de-Seine, Versailles.

38/ Apur (2022) *Atlas des lieux culturels du Grand Paris*.

39/ Plus de 1 000 en 2009.

40/ Plus de 450 en 2009.

41/ Site de la Fondation des Artistes, Fondation reconnue d'intérêt public créée par l'État en 1976, cf. adresse du site en fin de document.

42/ FoRTE encourage les talents émergents d'Île-de-France, 5 décembre 2022, cf. adresse du site en fin de document.

43/Conseil National de l'Ordre des Architectes (2020), *Archigraphie*.

44/Apur (2022) *Atlas des lieux culturels du Grand Paris*.

A ces lieux de création et d'accueil s'ajoute une **politique publique de soutien à la création**, dont l'un des exemples pourrait être le dispositif FoRTE (Fonds Régional pour les Talents Émergents), une bourse de création mise en place par la Région Île-de-France pour accompagner les artistes et les créateurs émergents (arts visuels, arts de la scène, image et vidéo, musique) dans la création de leur première œuvre. Elle a permis depuis 2018 de soutenir une cinquantaine de projets par an avec un budget de l'ordre d'un million d'euros<sup>42</sup>.

Cet attrait pour la capitale doit toutefois être entretenu par une politique volontariste, sous peine de perdre de sa force. Par exemple, l'Île-de-France est l'une des quatre régions à enregistrer une décroissance de ses effectifs d'architectes (-3,3%), même si elle reste la région française en concentrant le plus et attirant le plus de jeunes<sup>43</sup>. Ainsi, comme l'explique Blanche de Lestrang, Directrice artistique de la Fondation Art Explora, le territoire francilien doit **faire face à de nombreux défis pour rester attractif pour ces populations créatives culturelles, face à l'émergence de nouvelles scènes dynamiques**, comme la protection contre l'augmentation de la pression foncière<sup>44</sup> et du coût de la vie, ou le maintien d'un nombre important d'espaces d'accueil et de création.





► Atelier de la Cité Internationale des arts, Paris



© DR

## L'ŒIL DE L'EXPERT

### BLANCHE DE LESTRANGE, Directrice Artistique de la Fondation Art Explora

Les artistes contribuent à la dynamique économique d'un territoire, car leurs œuvres sont ensuite diffusées sur un marché, ce qui permet de générer des revenus (ticketing, vente d'œuvres, retombées économiques indirectes des grands événements culturels comme la FIAC\*...). En ce sens, les résidences d'artistes, quoi qu'elles ne soient généralement pas ouvertes au public, jouent un rôle crucial car il s'agit d'espaces de travail permettant aux artistes de produire. Il n'y a pas de marché de l'art sans production d'œuvres.

Les artistes s'installent dans des lieux où ils peuvent travailler, c'est-à-dire produire des œuvres et les diffuser. Il y a aussi une logique de **cercle vertueux : plus il y a d'artistes implantés, plus la ville est dynamique culturellement et plus les artistes s'implantent**. Paris est une ville très attractive car elle dispose d'un écosystème culturel très riche : les artistes veulent être là, mais il faut pouvoir les accueillir dans des espaces abordables financièrement. C'est pour ça que de plus en plus d'artistes, y compris très installés, s'implantent dans le Grand Paris : à Aubervilliers, Saint-Ouen, Montreuil, Saint-Denis etc. De nombreuses villes comme Londres ou New York sont devenues trop chères pour les artistes. Berlin au contraire est moins chère, donc plus attractive. **Si Paris veut rester attractive, elle doit miser sur les résidences du Grand Paris car la ville-centre est saturée.** Les modèles alternatifs comme le Wonder, un lieu de travail et de production artistique géré par un collectif d'artistes occupant des espaces industriels désaffectés, dont actuellement une ancienne imprimerie à Clichy, ont aussi beaucoup de succès, et ils plaisent aux promoteurs, car c'est bon pour leur image, et aux villes, car avoir des artistes permet de créer de l'attractivité.

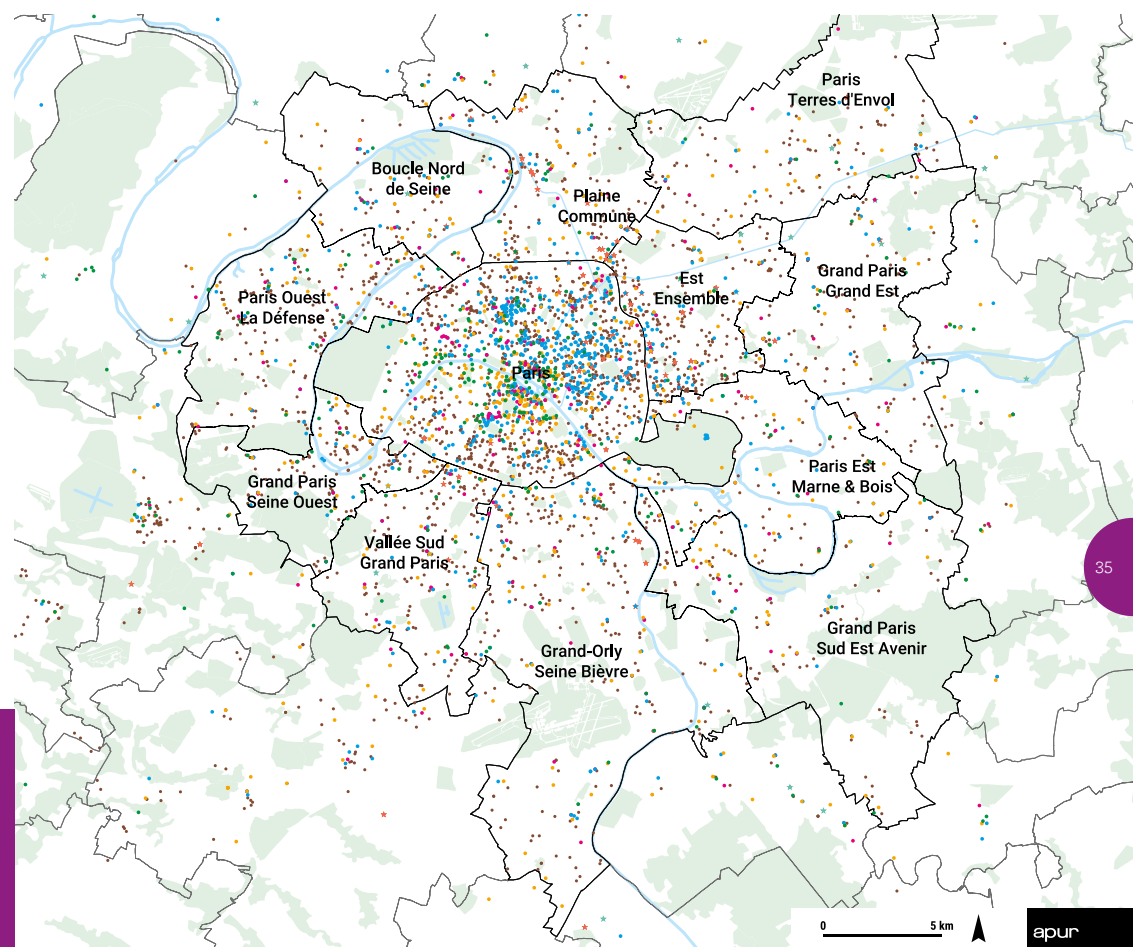
Les résidences d'artistes sont cruciales pour permettre l'innovation culturelle. Par exemple, lorsque nous avons fait venir Anri Sala dans nos résidences Art Explora à Paris, c'était important pour le monde de l'art : c'est un artiste qui ne serait pas là sinon, des musées ont profité de sa présence pour l'inviter, pour montrer son travail.

\* Blanche de Lestrang est l'ancienne Directrice artistique de la FIAC, remplacée depuis 2022 par Paris+ by Art Basel. Paris+ se déroulant dans une configuration très similaire à celle de la FIAC, la même affirmation est sans doute valable sur les retombées de ce type de foire.

## Une offre culturelle abondante, en constant renouvellement et dont la valeur est reconnue internationalement

Cette production culturelle portée par des acteurs nombreux et dynamiques se reflète également dans une offre culturelle, c'est-à-dire la production disponible et diffusée sur le territoire. Cette offre est particulièrement nombreuse et très concentrée sur le territoire francilien, sous forme d'infrastructures de diffusion très spécifiques à chaque secteur culturel, comme le montre la cartographie réalisée dans l'*Atlas des lieux culturels du Grand Paris* de l'Apur, publié en octobre 2022 et qui recense au total près de 8 000 lieux de diffusion, de pratiques ou de production culturelle et artistique. Un chiffre plus élevé que celui évoqué par le *World City Culture Report*, qui permet quant à lui de montrer l'abondance de l'offre francilienne par rapport à d'autres métropoles culturelles internationales, en recensant environ 4 000 lieux culturels en Île-de-France contre 3 000 à New York ou encore Tokyo, 500 à Milan, 600 à Amsterdam. **Ce qui distingue Paris, au-delà de cette concentration de l'offre culturelle, c'est la grande diversité des secteurs culturels représentés** : contrairement à certaines villes culturelles dynamiques qui se spécialisent avant tout dans un secteur particulier, **Paris serait ainsi une somme de créativité multiples.**

### Cartographie de l'offre culturelle dans le Grand Paris - APUR



## CHIFFRES CLÉS

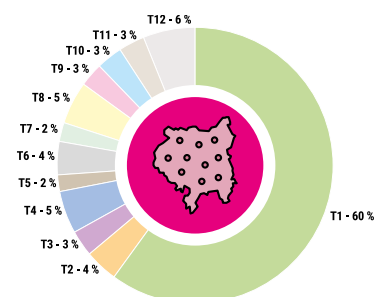
### L'offre culturelle dans le Grand Paris en 2022<sup>45</sup>

- 7 593 lieux culturels.
- 156 musées.
- 126 lieux d'expositions dont 48 lieux d'expositions d'art contemporain.
- 207 cinémas dont 190 cinémas labellisés Art et Essai et 28 multiplexes.
- 809 lieux de spectacles vivants dont 12 établissements publics nationaux et 33 scènes labellisées ou conventionnées.
- 1 130 commerces du livre.
- 1 979 commerces de l'art.

### 7 593 Lieux culturels dans les territoires de la Métropole du Grand Paris

- Musée et autre lieu d'exposition
- Bibliothèque, médiathèque et autre lieu de documentation
- Cinéma et autre lieu de projection
- Théâtre et salle de spectacle vivant
- Lieu culturel hybride et fabrique artistique
- Micro-Folie
- Lieu d'apprentissage et de création artistiques

Sources : Apur, ministère de la Culture - 2022



<sup>45/</sup> Apur (2022) *Atlas des lieux culturels du Grand Paris*.

Loin d'être figée, cette offre culturelle ne cesse de se renouveler comme le montrent les exemples d'ouverture ou de réouverture de ces lieux culturels, particulièrement marquants par le retentissement qu'ils ont pu avoir : la Bourse de Commerce qui héberge la collection d'art contemporain de François Pinault, la Galerie Dior consacrée à l'histoire de la célèbre Maison, ou encore le musée Albert Kahn à Boulogne-Billancourt ou la médiathèque Annie Ernaux à Villetaneuse.

## CHIFFRES CLÉS

### L'ouverture de lieux culturels dans le Grand Paris

- 44 lieux culturels ouverts ou rouverts après des travaux de réaménagement en Île-de-France entre 2014 et 2019<sup>46</sup>.

46/ Comité Régional du Tourisme Paris Île-de-France (2019) *L'offre culturelle et de loisirs à Paris Île-de-France*.

47/ Apur (2022)  
*Atlas des lieux culturels du Grand Paris*.

48/ Galeries et éditeurs

49/ Bernard, Sophie, « Paris Photo et Approche, la photographie à l'heure du bilan », *Gazette Drouot*, 24 novembre 2022.

**Mais au-delà des seules infrastructures, ce renouvellement de l'offre culturelle est alimenté par une programmation variée et particulièrement riche.** Ainsi, *a minima* 300 expositions ont été organisées en Île-de-France en 2022. Ces chiffres, probablement sous-estimés, ne témoignent pas de toute la vitalité des programmations événementielles des musées du Grand Paris et des galeries, ni de l'offre éducative mise en place par ces mêmes institutions. A titre illustratif, la Philharmonie de Paris, l'une des institutions musicales majeures de la région, avait programmé 465 spectacles en 2019, soit près d'1,5 spectacle par jour.

Les **événements culturels et festivals viennent rythmer et renouveler le calendrier culturel francilien.** Ainsi, parmi les 500 festivals recensés par l'Apur en 2022, 189 festivals sont des festivals musicaux, 85 des festivals de spectacle vivant, 78 des festivals de cinéma et d'audiovisuel, 45 des festivals d'art visuels et numériques<sup>47</sup>. Ces événements ou festivals font référence, en France comme à l'international : la FIAC (Foire Internationale d'Art Contemporain) est restée pendant longtemps l'une des trois foires les plus importantes du monde (avec Art Basel à Bâle et Frieze à Londres), avant qu'elle ne soit remplacée

en 2022 par Paris+ by Art Basel. Sur son segment des foires de photographie, Paris Photo est considérée comme le leader mondial avec 183 exposants<sup>48</sup>, 31 pays représentés et 61 000 visiteurs pour son édition de 2022<sup>49</sup> et la *Fashion Week* de Paris tient son rang face à celle de Londres, de Milan ou encore de New York. Notamment grâce à l'appellation « haute couture », elle attire proportionnellement le plus de maisons étrangères.

#### FIAC - Grand Palais



© G. Sighele



► Festival Lollapalooza 2015  
Hippodrome de ParisLongchamp



© Samuel Kirszenbaum

**L'ŒIL DE L'EXPERT**  
**ANGELO GOPEE,**  
**Directeur général de Live Nation France**

**Q**uand on parle de Paris aujourd'hui, la capitale française est bien l'une des villes les plus attractives du monde, si ce n'est **LA ville la plus attractive au monde.** Durant tous les grands événements qui sont organisés à Paris, par exemple pour la *Fashion Week*, toute l'Europe, voire le monde entier se déplace. Mais le Grand Paris, c'est quelque chose de vraiment différent. Aujourd'hui, nous n'y organisons pas encore de grands événements. A l'époque où nous organisons le festival Download à Bretigny-Sur-Orge, nous avons dû faire face à des problématiques d'infrastructures avec une desserte de transports en commun qui n'était pas à la hauteur des ambitions qu'on pouvait avoir dans un territoire comme le Grand Paris.

**Oui, Paris est attractif et oui, le Grand Paris peut être attractif, mais la question des infrastructures de transport permettant de relier l'ensemble des villes du Grand Paris, est capitale pour y développer les grands événements.**

Même quand ces infrastructures existeront, il ne faut pas penser que les événements seront naturellement aussi attractifs que dans le centre de Paris. Il faut que chacun y trouve sa place et sa dynamique, et il faut résoudre deux autres sujets : la sécurité et la qualité de l'accueil. Le Grand Paris permet de résoudre une véritable problématique de manque de lieux disponibles dans Paris intra-muros, en ouvrant de nouvelles opportunités et de grands espaces pour accueillir des événements.

La culture, les ICC et le tourisme fonctionnent ensemble. Les concerts attirent des touristes français et étrangers. Quand on organise un concert des Rolling Stones ou le festival Lollapalooza, ce sont des milliers de personnes qui viennent pour ces événements. Quand on fait des concerts et qu'on fait venir des touristes à Paris, on contribue à relancer et développer l'économie française. Le tourisme contribue vraiment au développement économique des territoires, un euro qu'on dépense pour un territoire permet de financer des infrastructures, des écoles, des hôpitaux, des emplois... Avec la sortie du Covid-19, il paraît fondamental de créer des liens entre les institutionnels, les privés, les régions et les métropoles autour des enjeux économiques de la culture et du tourisme. Pour mesurer l'impact d'un événement musical sur le territoire, on multiplie généralement le chiffre d'affaires de l'événement par trois. Dès que les gens restent plusieurs jours pour un événement, les retombées économiques sont indéniables. C'est pour cela qu'il faut encourager les gens à investir, développer et créer des événements attractifs sur tous les territoires.

L'attractivité d'événements comme le festival Lollapalooza est liée à la fois à la qualité artistique de l'affiche et au fait qu'on soit à Paris. Peut-être que la même affiche ailleurs amènerait moins de spectateurs, Paris est aussi un moteur majeur du succès du festival. Paris se distingue par son offre abondante, et à Paris, il y aura toujours plein de concerts et les gens auront toujours une appétence pour cela. Mais le véritable enjeu, c'est de savoir comment on accompagne la scène émergente, qui a été une grande victime de la pandémie : les jeunes artistes n'ont pas tourné, n'ont pas sorti de disque, sont peu montés sur scène pendant plusieurs années. Si aujourd'hui on ne travaille pas sur l'émergence, ce sont les têtes d'affiche 2027-2029 qui n'existeront pas. Il faut vraiment investir et soutenir les jeunes talents, et continuer à produire des artistes pour s'assurer que l'on pourra continuer à proposer des concerts et des festivals de qualité et attractifs.

**Paris est aussi exportatrice de concepts d'événements culturels grand public :** la Fête de la musique mise en place par Jack Lang en 1982 est désormais reproduite dans 85 pays ; la Nuit Blanche<sup>50</sup>, créée en 2002 par Bertrand Delanoë, alors maire de Paris, s'exporte désormais dans plus de trente villes à l'étranger, comme Bruxelles, Kyoto, Melbourne, Rome, Séoul, Braga, ou Madrid<sup>51</sup> et accueille des créateurs venus des quatre coins du monde.

## CHIFFRES CLÉS

### Les festivals en Île-de-France

- + 400 festivals en Île-de-France contre 150 à Istanbul, 350 à Amsterdam, 197 à Londres, 309 à New York<sup>52</sup> en 2018.
- 500 000 visiteurs à la première édition de la Nuit Blanche en 2002, 2,5 millions de visiteurs pour la 10<sup>e</sup> édition en 2022.
- 4 000 artistes internationaux invités depuis la création de la Nuit Blanche en 2002.

52/ World Cities Culture Forum (2018) *The World Cities Culture Report*.

### Nuit Blanche 2011 à Montmartre, Paris



© Rogo1

50/ La Nuit Blanche est un événement annuel durant lequel une programmation pluridisciplinaire d'art contemporain d'envergure internationale est proposée toute la nuit dans les monuments et rues du Grand Paris (sous la curation d'une personnalité du milieu culturel et artistique)

51/ Ville de Paris (2022), « Nuit Blanche Paris ».

53/ Site de l'Institut Français, cf. adresse du site en fin de document.

54/ La French Touch est un mouvement fédérant un réseau d'entrepreneurs dont le but est d'accompagner l'expansion économique des industries créatives et culturelles.

55/ EY et France Créative (2019) *L'économie mosaïque, 3<sup>e</sup> Panorama des Industries Culturelles et Créatives en France.*

Au-delà de l'exportation de ces formats, on peut souligner le rayonnement international accru d'événements culturels parisiens et les liens forts qui unissent le Grand Paris culturel aux autres acteurs internationaux. Exemple de ces liens et de l'influx donné par le secteur culturel, les Saisons et Années croisées<sup>53</sup>, créées en 1985, permettent un dialogue avec un pays étranger. La programmation est certes nationale et s'appuie sur la stratégie diplomatique française, mais elle a fait apparaître des tandems de capitale à capitale, avec une programmation croisée entre les deux villes, inaugurée en 2011 avec Buenos Aires, puis Berlin en 2012, Dakar en 2013 ou New York en 2016.

Enfin, la vitalité de la production permet de faire rayonner la French Touch<sup>54</sup> à l'international : les exportations liées aux industries culturelles et créatives ont cru deux fois plus vite que l'ensemble des exportations françaises entre 2013 et 2016<sup>55</sup>, particulièrement portées par le jeu vidéo, la publicité et les arts visuels.

Dans l'univers du marché de l'art, cette internationalisation est également en marche accélérée. Le cas de **Paris+ by Art Basel est à ce titre emblématique, à la fois de l'attractivité de Paris pour les offres et acteurs culturels, et du renforcement de sa place sur la scène internationale.**

## Focus : l'exemple de Paris+ by Art Basel.

La Foire Internationale d'Art Contemporain (FIAC), qui avait lieu en octobre au Grand Palais, a été pendant plus de vingt-cinq ans la foire de référence en France et dans le monde, faisant concurrence aux plus grandes foires internationales. Le fait qu'Art Basel, un acteur international déjà implanté à Bâle, Miami et Hong Kong, se soit positionné en concurrent majeur de cette foire sur son territoire en remportant l'appel d'offres lui permettant d'occuper le Grand Palais (le Grand Palais Ephémère dans un premier temps puis le Grand Palais rénové) sur les dates historiques de la FIAC, est un signal contrasté. Cela signe en effet la disparition<sup>56</sup> d'un acteur francilien très compétitif à l'échelle internationale. En même temps, **l'intérêt d'Art Basel pour Paris souligne l'attractivité du dynamique marché de l'art francilien**, surtout depuis le Brexit qui a « *indéniablement rebattu les cartes du marché européen, dont Paris apparaît désormais comme le centre de gravité*<sup>57</sup> ». Sotheby's a ainsi emménagé dans un espace de 1 000 m<sup>2</sup> rue du Faubourg Saint-Honoré et plusieurs « méga-galleries » internationales telles que Gagosian, David Zwirner, White Cube, Max Hetzler, Skarstedt, et bientôt Hauser & Wirth, se sont installées dans la capitale.

Paris+ a été l'occasion de placer Paris sous les projecteurs à l'international : 156 stands, accueil de nouvelles galeries, parmi les plus importantes du monde, venue de collectionneurs de haut niveau aux profils plus internationaux grâce au carnet d'adresse étoffé d'Art Basel et ventes prestigieuses de plusieurs millions de dollars<sup>58</sup>, qui, aux dires de nombreux marchands, n'auraient été possibles que grâce à la dimension internationale d'Art Basel. Ainsi, « *le sentiment général est que Paris+ est un plus pour Paris et que, quelle que soit la manière dont le monde de l'art va évoluer autour de cette présence annuelle d'Art Basel, le salon a le potentiel d'être un atout considérable pour les galeries et les artistes*<sup>59</sup>. »

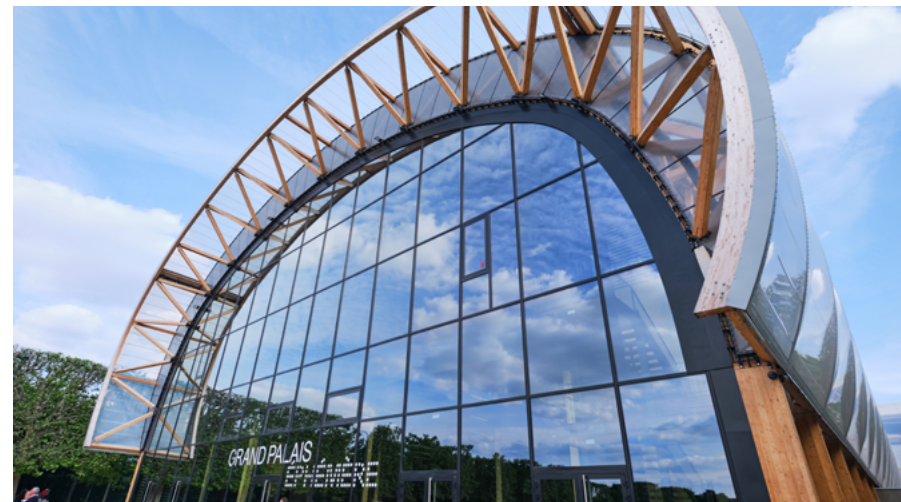
56/ Ou quasi-disparition, la FIAC n'a pas eu lieu en 2022 mais elle pourrait bien ressurgir sous une autre forme.

57/ Azimi, Roxana « Sur le marché de l'art, Paris prend l'avantage sur Londres », *Le Monde*, 18 octobre 2022.

58/ Bellet, Harry, « Arts : le pari réussi de la foire Paris+ », *Le Monde*, 20 octobre 2022.

59 / Abrams, Amah-Rose; Renault, Stéphane, « Comment la foire Paris+ va-t-elle changer la scène artistique française ? », *The Art Newspaper*, 21 octobre 2022. « *David Zwirner, qui après Londres et Hong Kong, et avant Los Angeles l'an prochain, s'est établi à Paris en 2019 [témoigne] : « il était important pour nous d'avoir une galerie en Europe continentale et nous sommes heureux d'être à Paris, une ville où l'histoire rencontre le présent. » [Mathieu Paris, Directeur de White Cube, estime quant à lui, que] « depuis six ans, l'apparition de fondations d'entreprises, de musées et de collectionneurs extrêmement sérieux participe à une diversité, un engouement et une énergie palpables ». À ses yeux, « l'arrivée d'Art Basel apporte un autre savoir-faire et une expertise qui serviront ce microcosme. » »*

### Grand Palais éphémère - Champ-de-Mars, Paris



## Un public nombreux, aux profils divers, en demande de cette offre culturelle diversifiée

60/ Musée du Louvre (2019) *Rapport d'activité.*

61/ Sharpe, Emily; Da Silva, José, «Art's Most Popular: here are 2019's most visited shows and museums», *The Art Newspaper*, 31 mars 2020, cf. adresse du site en fin de document.

62/ *Ibid*

63/ Dichary, Elsa, «Fréquentation record en France pour l'expo Toutankhamon», *Les Echos*, 3 septembre 2019.

64/ Apur (2022) *Atlas des lieux culturels du Grand Paris*, p.32.

L'offre culturelle dans le Grand Paris rencontre un public nombreux qui présente des spécificités propres aux métropoles culturellement et économiquement dynamiques. Il s'agit en effet **aussi bien d'un public de proximité, c'est-à-dire un public local, parisien ou francilien, que d'un public touristique national ou international, venu pour des raisons de loisir ou bien d'affaires.**

L'exemple des musées français illustre cette attractivité de l'offre culturelle francilienne : le Louvre est le musée le plus fréquenté du monde, loin devant le National Museum of China de Beijing (7,4 millions de visiteurs), avec 9,6 millions de visiteurs en 2019, dont 71% de visiteurs étrangers, provenant essentiellement des États-Unis et de Chine<sup>60</sup>. Sa fréquentation représente 15% de la fréquentation totale des dix musées les plus fréquentés du monde en 2019<sup>61</sup>. **Symbole du dynamisme et de la performance culturelle des musées et des établissements patrimoniaux, les expositions grand parisiennes atteignent des records de fréquentation.** En 2019, deux expositions réalisées dans le Grand Paris - « Toutankhamon : Le trésor du Pharaon » à La Villette et « Jean-Michel Basquiat / Egon Schiele » à la Fondation Louis Vuitton - figurent parmi les vingt expositions les plus fréquentées du monde et totalisent à elles seules 11% de la fréquentation quotidienne totale de l'ensemble des vingt expositions les plus fréquentées<sup>62</sup>. L'exposition Toutankhamon, avec sa fréquentation de près de 1,5 million de visiteurs en 6 mois, détient le record historique de l'exposition la plus fréquentée de France<sup>63</sup>.

Dans ces expositions se côtoient habitants, visiteurs de passage et touristes. La forte sollicitation des lieux culturels parisiens par les dizaines de millions de touristes qui se rendent à Paris chaque année peut entraîner une moindre accessibilité de ces mêmes lieux pour les publics de proximité<sup>64</sup>. Cependant, si on regarde plus précisément les pratiques des habitants du Grand Paris, on note une **surconsommation culturelle des Franciliens par rapport à la moyenne nationale** dans certaines pratiques, comme le cinéma, le spectacle vivant ou les musées.

## CHIFFRES CLÉS Les pratiques culturelles des Franciliens<sup>65</sup>

- 50% des Franciliens hors Paris ont assisté à un concert ou à un spectacle au cours des douze derniers mois, contre 43% dans la moyenne nationale.
- 71% des Franciliens hors Paris sont allés au cinéma dans les douze derniers mois, contre 63% dans la moyenne nationale.
- 37% des Franciliens hors Paris ont visité un musée ou une exposition dans les douze derniers mois, contre 29% des Français de plus de 15 ans, chiffres en baisse de près de 10 points sur 10 ans.

65/ Département des études, de la prospective, des statistiques et de la documentation du ministère de la Culture (2018) *Pratiques culturelles des Français - 2018.*



© ALLIOT André

Grande Halle de la Villette lors de l'Exposition Toutankhamon, le trésor du pharaon - Paris 2019

Concernant les budgets associés, on constate que les foyers français consacrent en moyenne 4% de leurs dépenses à la culture. Par unité de consommation, le niveau de dépenses des habitants de l'agglomération parisienne est supérieur à la moyenne de 18%. Cela représente un budget de l'ordre de 1 211 euros par an à l'achat de biens et de services culturels<sup>66</sup>. On peut également souligner l'existence de politiques publiques qui visent cette diversification des publics, à l'instar du pass Culture, un dispositif financé par différents ministères dont le ministère de la Culture et qui offre à chaque jeune de 18 ans résidant en France 300 euros à dépenser pour découvrir ou approfondir une pratique artistique ou culturelle<sup>67</sup>.

66/ Bourlès, Ludovic; Nicolas, Yann; Fournier, Malou (2022) « Les ménages consacrent en moyenne 4 % de leur budget annuel à l'achat de biens et services culturels », *France, portrait social*, Insee Références, Édition 2022.

67/ Le pass Culture permet de profiter de lieux ou d'événements culturels, acheter des livres, de la musique, du matériel de pratique artistique en choisissant parmi plus de 60 millions d'offres actives proposées par environ 9000 acteurs culturels en 2022.

## CHIFFRES CLÉS

### Le pass Culture en Île-de-France<sup>68</sup>

- 360 000 jeunes franciliens ont profité du pass Culture en 2022, soit 22,5% du total des jeunes français utilisateurs du pass Culture (1,6 million en France). Parmi eux, 270 000 jeunes sont issus de la Métropole du Grand Paris.
- 2 200 lieux physiques permanents en Île-de-France ont participé au pass Culture en 2022 (sur 9 000 lieux en France, soit 24% du total national).

68/ Apur (2022) Atlas des lieux culturels du Grand Paris, cf. adresse du site en fin de document.



Le Concert de Paris au pied de la tour Eiffel, 14 juillet 2014



### 3. UNE OFFRE HISTORIQUEMENT CONCENTRÉE À PARIS EN COURS DE DIVERSIFICATION À L'ÉCHELLE DU GRAND PARIS

« Progressivement, la filière culturelle est devenue un sujet majeur des villes, placée au cœur des politiques locales avec de nouveaux enjeux de développement territorial et de régénération urbaine. Le foisonnement mondial des quartiers culturels et créatifs depuis plus de quinze ans en est la manifestation la plus visible<sup>69</sup>. »

**Maud Jacques**, *Les quartiers culturels et créatifs, leviers de redynamisation territoriale*

Tous les territoires de la région capitale ne jouissent pas du même niveau de dynamisme et de vitalité culturelle : pendant de nombreuses années, c'est la ville de Paris intramuros qui a concentré la majeure partie de la production et de l'offre culturelles. **Quelques sites culturels patrimoniaux majeurs hors Paris jouent depuis longtemps le rôle d'aimant** : le château de Versailles et ses 2,5 millions de visiteurs dans les Yvelines, le château de Fontainebleau en Seine-et-Marne, avec ses 252 000 visiteurs, qui le classent aux alentours du 30<sup>e</sup> site le plus visité d'Île-de-France, le musée Albert Kahn dans les Hauts-de-Seine, le stade de France et la cathédrale à Saint-Denis, deux lieux reflétant l'histoire et la modernité de ce territoire en Seine-Saint-Denis, ou encore l'abbaye de Royaumont dans le Val d'Oise. Certains équipements de spectacle vivant à la programmation riche en matière de danse, de théâtre ou de concerts, ainsi que certains pôles comme le domaine de Chamarande en Essonne ou la Ferme du Buisson en Seine-et-Marne, historiquement lieu d'innovation technologique et agricole depuis le XIX<sup>e</sup> siècle<sup>70</sup> et qui associe désormais cinéma, scène nationale et centre d'art contemporain, ont de même été de longue date des vecteurs d'innovations et de créativité.

Aujourd'hui, un rééquilibrage plus net est à l'œuvre à l'échelle du Grand Paris, pour tenter de faire exister et rendre visible l'unité culturelle de ce territoire et proposer une offre culturelle de proximité à tous ses habitants, dans une logique d'accessibilité de la culture. Pour reprendre les mots d'Yvon Leclerc, comment le Grand Paris fait de la culture « *le fer de lance du développement et de la revitalisation urbaine*<sup>71</sup> » ? Comment le dynamisme culturel du Grand Paris se traduit-il spatialement aujourd'hui ? Voit-on un essaimage ou une occupation culturelle territoriale à l'œuvre ?

<sup>69/</sup> Jacques, Maud (2020) « Les quartiers culturels et créatifs, leviers de redynamisation territoriale », *Note Rapide Économie*, N°831, Institut Paris Region.

<sup>70/</sup> Voir le site de la Ferme du Buisson.

<sup>71/</sup> Leclerc, Yvon (2017) « Le développement local par la culture : cinq propositions pour des villes culturelles », *Governance Review*, Volume 14, n°2, p. 72-89.

## Une dynamique de densification de l'offre à l'échelle du Grand Paris

72/ Département des études, de la prospective, des statistiques et de la documentation du ministère de la Culture (2020) « Île-de-France, portrait culturel », *Atlas Culture des territoires*.

Encore aujourd'hui, au sein du Grand Paris, la ville de Paris concentre une large part du dynamisme culturel et créatif. Ainsi, **à l'exception des bibliothèques et médiathèques, Paris reste le territoire de la Métropole du Grand Paris qui concentre la plus grande part d'équipements culturels** : 55% des musées et lieux d'exposition, 50% des fauteuils de cinéma, deux tiers des lieux de spectacle, 40% des lieux d'apprentissage et de formation artistiques et culturels, 41% des lieux de production et de pratique artistique<sup>72</sup>. On constate que le budget culturel de la ville de Paris est tout juste inférieur à la somme des budgets culturels de l'ensemble des 130 autres communes du Grand Paris. On observe cependant des **investissements culturels croissants dans les villes grand-parisiennes**. A titre d'exemple, la ville de Saint-Denis, qui s'était d'ailleurs portée candidate au titre de capitale européenne de la culture 2028, a consacré plus de 10 millions d'euros à la culture en 2020, contre 7 millions d'euros en 2017, soit une augmentation de 50% en trois ans.

### CHIFFRES CLÉS

#### Les budgets culture des villes du Grand Paris<sup>73</sup>

- 515 milliards d'euros : somme des budgets culture des communes du Grand Paris en 2019.
- 495 milliards d'euros : budget culture de Paris en 2019.

73/ Département des études, de la prospective, des statistiques et de la documentation du ministère de la Culture (2020) « Île-de-France, portrait culturel », *Atlas Culture des territoires*.

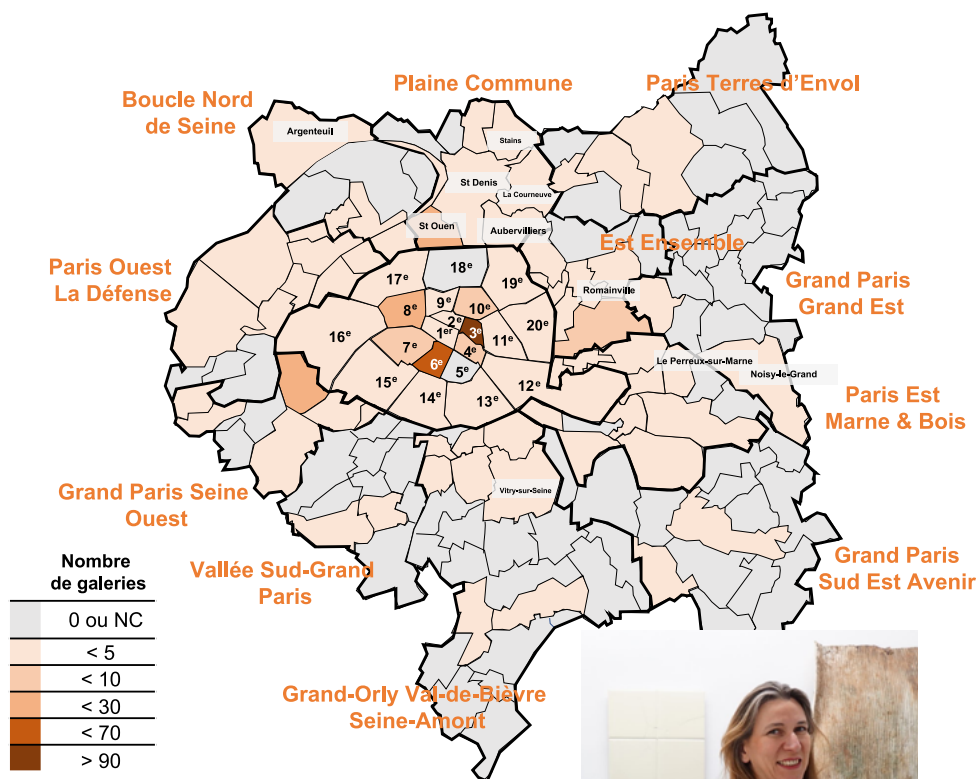
On assiste depuis plusieurs années maintenant à un mouvement de densification de l'offre qui s'est traduit par quelques **projets majeurs d'infrastructures emblématiques et à forte visibilité médiatique et/ou architecturale, souvent situés dans d'anciens sites industriels réhabilités et portés par des acteurs aussi bien privés que publics**. Ce fut tout d'abord le cas dans le Nord parisien, avec l'émergence du CENTQUATRE-Paris, créé en 2008 dans un ancien site de pompes funèbres du 19<sup>e</sup> arrondissement de Paris. Suivirent le 6B, centre de

création et de diffusion installé en 2010 dans une friche industrielle de Saint-Denis, pensé comme un dispositif test et depuis pérennisé ; le siège de BETC implanté en 2016 - de façon assez pionnière - dans le bâtiment des Magasins généraux à Pantin au bord du Canal de l'Ourcq ; le 19M, lieu de production, création et de transmission des métiers d'art créé par Chanel en 2021 et implanté à Aubervilliers, dans un bâtiment réalisé par l'architecte star Rudy Ricciotti. On peut également mentionner la réhabilitation et l'ouverture au public en mars 2023 du Hangar Y à Meudon, l'un des premiers hangars à dirigeables au monde, construit pour l'Exposition universelle de 1878, qui propose expositions et parcours d'œuvres d'art en extérieur et se positionne en nouvelle destination culturelle et événementielle du Grand Paris.

Ces différents projets présentent la caractéristique de mettre en œuvre une **réappropriation culturelle des friches ou d'anciens sites industriels et, pour certains, de jouer sur des logiques d'occupation transitoire**, ce qui leur permet d'ouvrir un espace d'expérimentation. C'est ce qui permet à des projets comme l'incubateur d'artistes POUISH de s'infiltrer dans la ville en occupant successivement une ancienne tour de bureaux vacants à Clichy, puis depuis avril 2022, une ancienne parfumerie à Aubervilliers, sur une surface de 20 000 m<sup>2</sup>.

Cette diffusion des lieux et offres culturels à l'échelle du Grand Paris permet en partie de répondre - à date - aux besoins des artistes de loyers modérés et d'espaces de production, grâce aux programmes d'urbanisme transitoire<sup>74</sup> et à la création de lieux de travail et de production pérennes. Elle permet surtout l'implantation de milieux culturels et d'écosystèmes riches et porteurs qui, comme c'est le cas à Paris, ont le potentiel d'attirer à eux des publics qui ne sont pas exclusivement locaux. Cette diversification en cours de l'offre culturelle est un instrument très intéressant et efficace d'intégration territoriale au profit du Grand Paris, dont l'échelle s'approprie avant tout par les pratiques.

74/ Lorsqu'un site est en reconversion, il est courant d'en faire un lieu de création artistique pendant la phase de travaux et/ou de préfiguration.



© Beaux Arts Consulting  
 Source : Recensement Beaux Arts Consulting à partir du site internet du Comité Professionnel des Galeries d'art, des sites internet des galeries et des pages jaunes



## L'ŒIL DE L'EXPERT

### MARION PAPILLON, Directrice du Comité Professionnel des Galeries d'Art et Galeriste

**L**e mélange et la porosité entre les arts visuels et le patrimoine contribuent à élargir les impacts directs et indirects de l'art sur le territoire.

Prenons l'exemple du Grand Paris avec Romainville, les Magasins Généraux, Ropac à Pantin, etc. La multiplication des différents acteurs permet de générer une dynamique économique. Mais aujourd'hui, il reste encore difficile de mesurer l'impact précis sur tels ou tels entreprises et acteurs. Le développement ne peut s'opérer qu'avec un écosystème global : c'est en créant des passerelles entre les différents acteurs, galeries, institutions, collectionneurs, professionnels, entreprises, autour de projets porteurs pour les artistes qu'on va créer des choses qui seront dynamisantes. À l'inverse, lors de l'implantation de galeries dans le 13<sup>e</sup> arrondissement, il avait manqué un peu d'un élan plus général avec, par exemple, l'implantation de bars ou de restaurants.

À Paris, on a cette spécificité d'avoir accès à tout. Il y a une diversité de propositions artistiques bien plus forte qu'ailleurs. Si on regarde des villes comme Madrid, Amsterdam, sans parler de l'Italie, il n'y a pas de propositions aussi puissantes que chez nous. On a aussi beaucoup de lieux très spécialisés et qui font un vrai travail documentaire, d'archives, de valorisation. Aujourd'hui, l'arrivée des galeries étrangères, liée notamment au Brexit, rebat un peu les cartes. Ces arrivées augmentent encore la diversité, mais davantage de galeries ont des artistes en commun. Les collectionneurs et les professionnels sont donc très sollicités, ce qui peut re-répartir les flux financiers et d'acquisitions. À noter toutefois que ces implantations témoignent de la reconnaissance de la dynamique parisienne à l'international. Du point de vue de l'image, c'est positif. Les artistes adorent exposer à Paris : pour eux, c'est donc plutôt valorisant d'exposer dans une galerie à Paris.

La fréquentation dans les galeries a d'ailleurs connu une forte hausse avec la pandémie. Après la réouverture des musées, un certain nombre de galeries disent qu'elles ont revu ce nouveau public, même si on est loin de l'avoir conservé à 100%. Après, il n'y a pas que la pandémie, je pense que tout le travail fait en amont avec les manifestations inter-galeries a contribué à créer de nouvelles habitudes de visites des galeries, et à faire venir de nouveaux amateurs.

Mais finalement, pour revenir au lien entre art et territoire au sein du Grand Paris, pour moi l'enjeu ne porte pas sur la distinction entre Paris et le Grand Paris. Le Grand Paris a juste élargi le territoire avec une ville qui petit à petit apprend à exploiter d'autres espaces. Mais par exemple, Ropac à Pantin, c'étaient les premiers et ils sont arrivés avec un projet assez différent : de très grands espaces, un café sur place, une ouverture le dimanche. Ils se sont adaptés pour pouvoir générer du lien. New York change son quartier de galeries régulièrement et quand un nouveau pôle se met en place, tout suit. C'est aussi parce que c'est une ville plus mouvante et réactive.

## Une dynamique de spécialisation croissante organisée autour de clusters thématiques

75/ Jacques, Maud (2020) « Les quartiers culturels et créatifs, leviers de redynamisation territoriale », *Note Rapide Économie*, N°831, Institut Paris Region.

Un cluster désigne le regroupement, dans un espace spatial restreint, d'entreprises et d'activités d'un même secteur, reliées entre elles, complémentaires et pouvant créer des liens privilégiés afin de maximiser leur action (partage d'informations, transferts de connaissance, mutualisation des moyens de production). Utilisée à l'origine pour l'industrie, elle est appliquée depuis quelques années au secteur culturel : on parle de **cluster créatif, ou bien de « quartier créatif et culturel » (QCC), pour définir un quartier dans lequel la densité des équipements culturels, des lieux de création artistique, d'acteurs et d'événements génèrent une dynamique, dans une logique d'écosystème.** La frontière entre cluster et QCC peut paraître floue, le premier induisant toutefois souvent une dimension plus expérimentale, d'innovation, étant souvent de plus petite taille et potentiellement virtualisé. Si l'équivalent historique des premiers quartiers culturels et créatifs s'est constitué de façon spontanée sous l'influence du milieu culturel (la concentration des écrivains parisiens à Saint-Germain-des-Prés, les squats d'artistes berlinois dans les années 1990 etc.), des politiques incitatives en faveur du soutien, voire de la création de quartiers culturels et créatifs ont récemment été mises en place, partout dans le monde. Ces quartiers permettent en effet de répondre à des enjeux de requalification, croissance et attractivité des villes. Le début des années 2000 s'est ainsi caractérisé par un essor de ces quartiers en France ou à l'international, sur la base d'actifs culturels existants (comme le Quartier des Spectacles à Montréal) ou planifiés (Île des musées à Abu Dhabi).

### Focus : Les quartiers culturels et créatifs en France et dans le monde<sup>75</sup>

**À Nantes, le Quartier des Olivettes et le Quartier de la Création.** Deux quartiers, initialement marqués par la désindustrialisation, contribuent aujourd'hui à la vitalité artistique de la ville : le Quartier des Olivettes, issu du regroupement spontané de travailleurs créatifs à partir des années 1990 et le Quartier de la Création, impulsé par les pouvoirs publics, tous deux spécialisés dans un champ particulier de la création artistique. Créé et géré par les artistes, le premier est centré sur l'architecture, le design et comporte de nombreux ateliers d'artistes. Il est structuré autour du Lieu Unique, ancienne usine de biscuits LU aujourd'hui reconvertie en centre d'art interdisciplinaire. Géré par la

Société d'Aménagement de la Ville de Nantes et la ville, le second est surtout tourné vers l'innovation et accueille également les Machines de l'Île.

**À Amsterdam, le NDSM.** Situé sur un ancien site de chantier naval, le quartier du NDSM a été créé de façon spontanée dans les années 1990 par des artistes qui y ont développé de larges espaces de création. Il a été officialisé en 2009 par la création de la fondation Stichting NDSM-Wer par la ville, ayant pour ambition d'encadrer les occupations artistiques du territoire et de coordonner les diverses parties prenantes. Il s'agit aujourd'hui d'un quartier tourné vers la musique et les industries créatives, disposant de plusieurs salles de spectacles, d'un centre d'art accueillant plus de 250 travailleurs créatifs, d'un laboratoire créatif expérimental, de sites dédiés aux tournages, performances artistiques, expositions et conférences. Le quartier regroupe également un nombre important d'entreprises, des industries culturelles et créatives, et plus récemment, des sièges sociaux de grands groupes. En 2017, le quartier percevait plus de 1 million de recettes, principalement sous forme de subventions et de revenus locatifs.

**À Vienne, le Quartier des Musées.** Complexe culturel inauguré en 2001 et créé par le gouvernement autrichien, le Quartier des Musées de Vienne est l'un des plus grands complexes culturels au monde (avec une superficie de plus de 90 000 m<sup>2</sup>). Construit sur le site des anciennes écuries impériales, capitalisant sur 300 ans d'histoire dans une mosaïque postmoderne de bâtiments baroques et d'architecture contemporaine, il accueille aujourd'hui une soixantaine d'institutions culturelles principalement de diffusion, mettant à l'honneur une diversité de disciplines artistiques. Le quartier dispose également d'un espace de production artistique de plus de 7 000 m<sup>2</sup>, accueillant des artistes en résidence. Il regroupe près de 7 000 travailleurs créatifs répartis au sein de 350 entreprises et start-ups. Très prisé des habitants comme des touristes, le site génère près de 6 millions de chiffre d'affaires annuel.

**À Montréal, le Quartier des Spectacles.** Inauguré en 2003 dans un quartier à l'histoire culturelle déjà riche, le Quartier des Spectacles répond à des objectifs de revitalisation du territoire et de son positionnement comme ville créative. Comme son nom l'indique, il comporte aujourd'hui de nombreuses salles de spectacles (plus de trente), mais également des établissements d'enseignement et une multitude d'entreprises liées aux industries culturelles et créatives. Quartier vivant et animé, il possède également des commerces et des lieux de vie de proximité (bars, cafés etc.). Il a généré de nombreuses retombées économiques, directes et indirectes.

La dynamique d'élargissement de l'offre culturelle en cours dans le Grand Paris se structure également généralement par concrétion dans des quartiers spécialisés, où l'on retrouve une forte concentration d'activités artistiques et culturelles, souvent d'un secteur en particulier. Si les nouveaux développements du Grand Paris s'apparentent parfois à la création de clusters culturels, ou de quartiers culturels et créatifs, ils ne sont toutefois pas toujours revendiqués comme tels.

Au cœur de Paris, l'histoire a segmenté les secteurs géographique : le livre dans le Quartier latin à Paris (éditions Larousse, Hatier...), les musées en bordure de Seine ou dans des quadrilatères restreints, héritiers des grandes foires et expositions accueillies au XIX<sup>e</sup> et XX<sup>e</sup> siècle à Paris (Louvre et Orsay, institutions aux alentours du Trocadéro, Palais de la Porte Dorée, hérités des expositions coloniales), l'audiovisuel à Boulogne-Billancourt et Issy-les-Moulineaux (TF1, Canal+, C8...). Certaines localisations dans la région ont été impulsées par des politiques publiques : l'audiovisuel dans les 15<sup>e</sup> et 16<sup>e</sup> arrondissements parisiens, en continuité avec Boulogne-Billancourt et Issy-les-Moulineaux, les studios et les industries techniques à la Plaine Saint-Denis (Cité du cinéma, école Louis Lumière). Parfois, ce sont les infrastructures culturelles qui génèrent la création de nouveaux quartiers, créent du dynamisme économique et participent au rééquilibrage urbain, comme dans le cas de la Bibliothèque Nationale de France dans le 13<sup>e</sup> arrondissement ou de la Cité de la Mode et du Design dans un ancien site industriel du 13<sup>e</sup> arrondissement également.

Palais Galliera, musée de la mode de la ville de Paris



## Focus : La Colline des Arts

La Colline des Arts, si elle ne se revendique pas comme telle, répond à la même logique qui préside au Quartier Culturel et Créatif : onze institutions situées autour de la colline de Chaillot (Théâtre des Champs-Élysées ; Musée Yves Saint Laurent Paris ; Musée d'Art Moderne de Paris ; Palais de Tokyo ; Palais Galliera, Musée de la Mode de la Ville de Paris ; Musée national des arts asiatiques – Guimet ; Palais d'Iéna, siège du Conseil économique, social et environnemental ; Cité de l'architecture & du patrimoine ; Chaillot – Théâtre national de la Danse ; Musée de l'Homme ; Musée national de la Marine) ont choisi de se regrouper pour bénéficier d'une meilleure visibilité et s'inscrire dans la perspective des futurs aménagements entre le Trocadéro et le Champ de Mars pour les Jeux Olympiques de 2024<sup>76</sup> et peut-être inciter ainsi de nouveaux acteurs à s'installer dans l'Ouest de la capitale. Il s'agit de créer un pôle d'attractivité dans l'ouest parisien : valoriser les onze membres, renforcer les synergies en les incitant à créer des programmations communes et à mutualiser leurs ressources, notamment dans des perspectives de développement durable et d'innovation.

76/ Parmi ces projets, la piétonnisation de la place du Trocadéro, la piétonnisation du pont d'Iéna, la végétalisation des terrasses d'Iéna ou de la promenade de Bir-Hakeim, pour permettre d'améliorer la qualité de l'expérience des visiteurs de la tour Eiffel à horizon 2024.

Ce sont toutefois les dynamiques de développement récentes qui s'apparentent le plus à la création de quartiers culturels et créatifs. On y retrouve en effet plusieurs caractéristiques : la recherche d'une concentration d'activités culturelles et créatives, souvent sous l'impulsion d'acteurs publics ou privés, pour créer un milieu culturel, dynamique et inspirant dans une véritable logique d'écosystème.

## Focus : Romainville

À l'échelle du Grand Paris, le pôle culturel d'art contemporain Komunuma, dont la création débute en 2019 à Romainville, pourrait constituer un exemple de quartier culturel en développement. La fondation Fiminco est à l'initiative de ce projet, en réhabilitant les laboratoires pharmaceutiques Roussel-Uclaf sur 11 000 m<sup>2</sup> pour y développer un quartier culturel rassemblant une pluralité d'acteurs de l'art contemporain. Le lieu regroupe aujourd'hui neuf galeries, certaines d'envergure internationale (Maëlle Galerie, Quai 36, Galerie D. Laurel Parker Book, Josselyn Wolff, Air de Paris, In Situ - Fabienne Leclerc, Imane Farès et Vincent Sator), les réserves du FRAC, des résidences d'artistes et un espace d'exposition géré par la Fondation Fiminco, la société de production audiovisuelle Gingerlemon, un campus de l'école d'art et de design Parsons Paris, la maison d'impression Après Midi Lab ou encore le studio de danse de la compagnie Blanca Li, sur un total de cinq bâtiments.

Ces regroupements répondent à une volonté de créer des pôles de dynamisme et de vitalité culturelle. Souvent, cette recherche est associée à une volonté de requalification et de revitalisation économique de certains territoires : une ville en cours de désindustrialisation dans le cas de Romainville, un quartier riche culturellement mais assez éloigné des quartiers touristiques les plus centraux de la capitale et ne bénéficiant pas d'une grande attractivité dans le cas de la Colline des Arts.

Quelles seront les retombées économiques de tels clusters ? Contribueront-ils à créer un effet d'adresse et à attirer d'autres activités, comme cela a pu être observé dans certains quartiers culturels et créatifs plus anciens à l'international ? Et ces clusters généreront-ils un effet de ruissellement en provoquant la croissance d'activités alentour ? Le manque de recul ne permet pas aujourd'hui de tirer un bilan en la matière.



© Société du Grand Paris / Kengo Kuma  
(issue du Hors-Série Beaux Arts : Grand Paris : une révolution culturelle, 2018)

■ Gare de Saint-Denis Pleyel conçue par l'architecte japonais Kengo Kuma.

## Les futurs phares culturels : la culture hors des murs et proche des publics

La densification de l'offre culturelle s'effectue également dans des lieux non prévus pour un usage culturel, au plus proche des publics. Un des meilleurs exemples en est le Grand Paris Express, qui, après la High Line de New York, vient d'être récompensé en mars 2023 par le Veronica Rudge Green Urban Prize décerné par l'Université d'Harvard<sup>77</sup> aux projets qui contribuent à « *la transformation urbaine et sociale, au développement durable et à la transformation de la vie en ville* » : **accompagnatrice des grands défis d'aménagement du territoire, la culture s'infiltre dans le réseau de mobilité du Grand Paris et fait des futures gares des phares culturels territoriaux.** Ces nouveaux pôles de mobilité seront demain des accès facilités à la culture. 270 lieux culturels existants se situent à 10 minutes de marche à pied maximum d'une des futures gares du Grand Paris<sup>78</sup>. **Points d'accès, ils seront aussi carrefours culturels.** Chacune des soixante-huit gares du Grand Paris Express fait l'objet d'une création croisée entre un artiste et un architecte : Eva Jospin et Jean-Paul Viguier à la gare Kremlin-Bicêtre Hôpital, Constance Guisset et Philippe Gazeau à la gare Villejuif Louis-Aragon, JR et Benedetta Tagliabue à la gare de Clichy-Montfermeil etc. Soutenus par le ministère de la Culture et la Société du Grand Paris, **ces tandems sont les témoins de l'audace créative du Grand Paris et de la vitalité culturelle de la région capitale**, en même temps que, situés dans des espaces de passage par essence très fréquentés, ils participent d'une nouvelle visibilité des territoires orchestrée par la culture. Le programme du Grand Paris Express porté par la Société du Grand Paris donne aussi lieu à la création de projets culturels de grande ampleur, comme en témoigne l'appel à projets Imagine Pleyel autour de la création d'un bâtiment de 5 000 m<sup>2</sup> conçu par l'architecte Kengo Kuma au-dessus de la gare Saint-Denis Pleyel pour en faire un lieu de culture et d'innovation qui a vocation à devenir un véritable phare pour le territoire. L'originalité de la programmation artistique du Grand Paris Express repose également sur le fait qu'elle accompagne chaque temps du projet : pour transformer l'expérience souvent mal vécue de chantiers longs qui entraîne des nuisances importantes au quotidien et pour projeter les habitants vers la future réalisation de la gare, la Société du Grand Paris a invité des artistes à mettre en place tout au long du chantier des projets artistiques et des animations culturelles impliquant directement les habitants. Ces installations complètent une offre culturelle enrichie, avec l'apparition de nouveaux lieux, dont le dernier né, le Cube, pôle d'innovation culturelle installé à Garges-lès-Gonesse depuis mars 2023 illustre la volonté d'enrichir la diffusion

77/ Machat, Joshua  
« Grand Paris  
Express Wins 2023  
Veronica Rudge  
Green Prize in  
Urban Design »,  
Harvard University  
Graduate School of  
Design, 13 dé-  
cembre 2022.

78/ Apur (2015)  
Grand Paris  
Express et lieux  
culturels.

culturelle sur le territoire. On peut également mentionner les Ateliers Médicis, lieu dédié à l'innovation et à la création, en préfiguration depuis 2018 et dont l'inauguration est prévue en 2025, le fonds régional d'art contemporain et la Fondation Fiminco à Romainville, etc. Parmi les tout derniers projets, citons encore l'ancien site des Laboratoires Éclair, à l'abandon depuis sa fermeture en 2015, racheté par la ville d'Épinay-sur-Seine et le territoire Plaine Commune pour devenir un centre culturel ; le site de l'ancien Musée des Arts et Traditions Populaires, au cœur du Bois de Boulogne, destiné à accueillir la « Maison LVMH / Arts – Talents – Patrimoine », un lieu dédié au patrimoine artistique et au spectacle vivant, aux expositions, aux métiers d'Art et à l'artisanat du groupe ; l'ancien site industriel des usines Renault sur l'Île Seguin, pressenti par la Fondation Emerige pour accueillir un pôle culturel et artistique d'envergure internationale, de l'autre côté de la Scène Musicale.

Parvenir à ancrer l'offre culturelle au plus près des populations locales revêt un enjeu crucial pour s'assurer **l'implication des habitants et des acteurs locaux** dans les projets culturels et ainsi en garantir l'impact. Cette approche territorialisée est nécessaire pour gommer des inégalités d'accès et donc de pratiques culturelles persistantes : l'écart entre les pratiques culturelles des Parisiens intramuros et celle des Franciliens est particulièrement significatif, de l'ordre de 10 points.

## CHIFFRES CLÉS

### Les pratiques culturelles des Franciliens<sup>79</sup>

- 50% des Franciliens hors Paris ont assisté à un concert ou à un spectacle au cours des douze derniers mois, contre 69% pour Paris intra-muros.
- 37% des Franciliens hors Paris ont visité un musée ou une exposition dans les douze derniers mois, le taux est de 63% pour les Parisiens intramuros (en forte baisse, ils étaient 74% en 2008).

<sup>79</sup>/ Département des études, de la prospective, des statistiques et de la documentation du ministère de la Culture (2018) *Pratiques culturelles des Français*.

La question de la démocratisation de l'offre culturelle, c'est-à-dire de sa capacité à être accessible au public le plus large, est un sujet de mobilisation récurrent pour les acteurs culturels. Toutefois, sans même entrer dans le débat sur la légitimité de l'usage du terme de « démocratisation »<sup>80</sup>, on dispose de peu de données pour analyser la capacité des lieux de culture à toucher des publics diversifiés et à ne pas se cantonner aux seuls publics d'habités, souvent issus de catégories socio-professionnelles supérieures. Certains lieux culturels du Grand Paris font néanmoins de l'élargissement et de la diversification de ces publics l'un de leurs objectifs prioritaires en proposant une gratuité ciblée pour certains types de publics, en concevant une série d'offres sur mesure pour les publics « éloignés de la culture », et en réalisant des partenariats avec des associations de proximité. Le dispositif complémentaire des Micro-Folies, espace modulable proposant un musée virtuel, illustre cette évolution. Ces plateformes culturelles de proximité à l'accès totalement gratuit étaient déjà présentes dans 130 sites en 2021, et 400 projets sont en cours de réalisation<sup>81</sup>. En Île-de-France, on en trouve une vingtaine, à Croissy-sur-Seine, Noisy-le-Sec, Saint-Germain-en-Laye, Meudon, Neuilly Plaisance ou encore Sevran.

Le Grand Paris, endormi sur son héritage et son patrimoine ? Absolument pas. Si le Grand Paris sait indéniablement capitaliser sur son héritage et son patrimoine, il n'en a une approche ni figée, ni exclusive : ce bref panorama a montré la vitalité du renouvellement de l'offre qui permet de dessiner une nouvelle géographie de la culture à l'échelle du Grand Paris, mais surtout une nouvelle géographie des pratiques. Car ces nouveaux projets présentent la particularité de chercher un ancrage territorial fort dans une logique de clusters, ce qui en fait de potentiels moteurs pour le développement économique territorial.



Micro-Folie de Sevran, 2018

<sup>80</sup>/ On lui préfère souvent désormais le terme de « démocratie culturelle », un terme qui paraît plus adapté pour respecter la diversité culturelle des visiteurs et les place sur un pied d'égalité avec les institutions culturelles.

<sup>81</sup>/ « Microfolies, l'irrésistible succès d'un dispositif innovant », Ministère de la Culture, 24 juin 2021, cf. adresse du site en fin de document.



II

LA VITALITÉ  
CULTURELLE ET  
CRÉATIVE DU  
GRAND PARIS  
COMME MOTEUR  
D'ATTRACTIVITÉ  
ÉCONOMIQUE



► Le Moretti de Raymond Moretti, Paris la Défense

*« Imaginez une ville comme Paris où les meilleurs cerveaux d'un grand royaume sont réunis sur un seul point et s'instruisent et s'exaltent réciproquement par un contact, une lutte, une émulation de tous les jours, où l'on a constamment sous les yeux ce qu'il y a de plus remarquable dans tous les domaines de la nature et de l'art du monde entier »*

**Goethe**, *Conversation avec Eckermann*, 3 mai 1827

La culture et les industries créatives sont des **secteurs en croissance, contributeurs solides et performants au dynamisme économique du territoire**, qui ont démontré leur résilience post-Covid. Le Grand Paris regroupant l'essentiel de l'activité et des emplois culturels est un ambassadeur de la dynamique française de ces secteurs.

Mais la culture et les industries créatives participent également à la vitalité économique de la région capitale par les effets induits de ces activités sur d'autres secteurs économiques connexes, le tourisme notamment, par la force d'attraction qu'elles contribuent à exercer sur les classes créatives et par leur contribution enfin à l'accroissement de la qualité de vie. Elles apparaissent ainsi comme des **facteurs de différenciation vitaux pour le territoire grand parisien** dans la compétition internationale des grandes métropoles mondiales.

Pilier historique, moteur contemporain, la culture et les industries culturelles sont aussi **les racines constitutives du dynamisme et du rayonnement futur**. Déjà à l'œuvre, leur capacité à être un laboratoire de créativité, un terrain d'innovations techniques et technologiques, notamment dans le domaine numérique et les NFT, et également dans les nouvelles organisations du travail et les évolutions sociétales, sont les meilleurs atouts pour préserver et renouveler l'ADN grand-parisien.

► Le Penseur d'Auguste Rodin, Musée Rodin, Paris





# 1. CULTURE ET INDUSTRIES CRÉATIVES, UN ENSEMBLE DE SECTEURS ÉCONOMIQUEMENT DYNAMIQUES ET EN CROISSANCE, QUI PÈSENT DANS L'ÉCONOMIE FRANCILIENNE

« Le carme Jean de Venette, dans ses chroniques rédigées de 1340 à 1368, notait à propos de la peste noire : « Le monde ne sortit pas meilleur, mais pire. » Pour qu'il soit meilleur, il faut revenir aux fondamentaux : l'artiste et ses publics. Et se rappeler que la culture est un laboratoire de la société. La créativité est devenue la matière première la plus précieuse des économies contemporaines »

**Françoise Benhamou**, « Les acteurs du champ culturel ont trop peu mis en avant ce qu'ils apportent à l'économie et à la société<sup>82</sup> »

## Un secteur puissant et résilient

Longtemps sous-estimé, le poids économique direct de la culture a été révélé à l'échelle nationale par différentes études, notamment les trois panoramas des Industries Culturelles et Créatives<sup>83</sup> publiés par le cabinet EY et France Créative<sup>84</sup>. Pour l'année 2018, celui-ci a été estimé à 91,4 milliards d'euros de revenus totaux et le ministère de la Culture évalue la valeur ajoutée du secteur en 2017 à 47,5 milliards d'euros, soit 2,3% de l'économie nationale, une valeur ajoutée comparable à celle de l'industrie agro-alimentaire et 1,9 fois plus importante que celle de l'industrie automobile<sup>85</sup>. En 2020, on constate un léger recul, le poids économique direct de la culture ayant été estimé à 2,2% du produit intérieur brut, soit 46,1 milliards d'euros générés principalement par l'audiovisuel, le spectacle vivant, le livre et la presse<sup>86</sup>.

Avec des disparités entre les différents secteurs des industries culturelles et créatives<sup>87</sup>, la culture a ainsi généré 91,4 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2018, et une valeur ajoutée de 47,5 milliards d'euros en 2017. Ce chiffre d'affaires a augmenté de 6,7% entre 2013 et 2018, soit

<sup>82/</sup> Benhamou, Françoise « Les acteurs du champ culturel ont trop peu mis en avant ce qu'ils apportent à l'économie et à la société », *Le Monde*, 8 janvier 2021.

<sup>83/</sup> L'étude porte sur la musique, le spectacle vivant, les arts graphiques et plastiques, le cinéma, les jeux vidéo, la presse, l'édition, la radio, la télévision et la publicité.

<sup>84/</sup> EY et France Créative, 1<sup>er</sup>, 2<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup> panoramas de l'économie de la culture et de la création en France : *Au cœur du rayonnement et de la compétitivité de la France*, novembre 2013 ; *Création sous tension*, octobre 2015 ; *L'économie mosaïque*, novembre 2019

<sup>85/</sup> EY (2019) 3<sup>e</sup> panorama des Industries culturelles et créatives ; « Le poids économique direct de la culture en 2017 », DEPS du ministère de la Culture

<sup>86/</sup> Pietrzyk, Nicolas (2022) « Le poids économique direct de la culture en 2020 ». *Culture chiffres*, n°1, pp. 1-24.

<sup>87/</sup> La presse et la radio connaissent ainsi des décroissances significatives entre 2013 et 2018.

88/ C'est-à-dire que les entreprises culturelles qui réalisaient 90% de leur chiffre d'affaires en Île-de-France ont contribué à hauteur de 21 milliards d'euros au PIB de la région.

89/ Apur, *Atlas des lieux culturels du Grand Paris*, 2022.

une croissance de 1,3% par an, légèrement en dessous de la croissance du pays sur la même période. 1,3 million de personnes ont exercé en 2018 une activité, directe ou indirecte, principale ou ponctuelle, dans un secteur culturel ou créatif, même si la moitié seulement (635 700 personnes selon le ministère de la Culture) en tire leur revenu principal.

En Île-de-France, le poids du secteur culturel a été estimé à 21 milliards d'euros en 2015<sup>88</sup>. Ce poids significatif dans le PIB de la région est lié à la vitalité culturelle de l'Île-de-France, qui concentre une part non négligeable des activités économiques du secteur. Le secteur culturel en Île-de-France est également fortement générateur d'emplois, concentrés à 85% à Paris et dans les Hauts-de-Seine en raison du nombre élevé d'équipements culturels dans ces départements<sup>89</sup>. **Culture et industries créatives représentent 10% des emplois de la région Île-de-France, soit plus que l'automobile, l'aéronautique et la pharmacie réunis<sup>90</sup>.**

## CHIFFRES CLÉS

### L'emploi culturel en Île-de-France<sup>91</sup>

- + de 40% des ETP culturels français sont situés à Paris en 2017 et 88% de l'emploi culturel francilien est situé dans la Métropole du Grand Paris.
- En 2017, la France métropolitaine compte 747 000 emplois culturels, dont 310 000 sont localisés en Île-de-France et 177 000 à Paris.

90/Gayet, Manon, « Le secteur culturel représente 300.000 actifs en Île-de-France », *Enlarge Your Paris*, 20 décembre 2020.

91/Insee (2020) Recensement 2017.

92/Apur (2022) *Atlas des lieux culturels du Grand Paris*.

Comme à l'échelle nationale, ce poids économique de la culture en Île-de-France est porté par certains secteurs dynamiques. Ainsi, le domaine le plus représenté parmi les emplois culturels métropolitains est **le cinéma et l'audiovisuel** (65 000 emplois soit 22% du total des emplois culturels dans la Métropole), suivi du spectacle vivant (38 900 emplois, soit 13% du total des emplois culturels dans la Métropole). L'Île-de-France représente à elle seule un tiers des emplois nationaux dans le secteur du livre, même si ceux-ci ne représentent que 4% des emplois culturels métropolitains<sup>92</sup>. Les chiffres clés des différents sous-secteurs représentés au sein des Industries Culturelles et Créatives, s'ils ne sont pas suffisamment harmonisés pour permettre une comparaison de ces secteurs, permettent cependant de se faire une idée du poids des différentes industries culturelles en Île-de-France.

## CHIFFRES CLÉS

### Le poids économique des secteurs des Industries Culturelles et Créatives en Île-de-France<sup>93</sup>

- **Architecture** : 1/3 des architectes français en 2019 (+9 000 personnes)<sup>94</sup>.
- **Arts visuels** : 28,700 ETP<sup>95</sup> - soit 40% de l'emploi national dans les arts visuels en 2017.
- **Marché de l'art** : En 2005, les galeries d'art réalisaient 350 millions d'euros de chiffre d'affaires. À l'échelle nationale, ce chiffre d'affaires s'élevait à 620 millions d'euros en 2012.
- **Cinéma** : 67% des emplois de la filière soit 68 100 personnes en 2017.
- **Jeux vidéo** : 43,4% des 1,200 entreprises françaises implantées<sup>96</sup>.
- **Livre** : 80% des maisons d'édition. 50% des emplois de la filière, soit 14,600 personnes en 2017.
- **Métiers d'art** : 23% des professionnels des métiers d'art français.
- **Mode / Luxe** : 48 000 établissements de la filière Création-Mode-Design, soit 35% du total national de la filière<sup>97</sup>.
- **Musique** : 36 000 ETP dans le secteur musical - soit 40% des ETP français de la filière, en 2017. Les spectacles musicaux et de variété représentent 385 millions d'euros de recettes de billetterie, soit 39% du total national en 2019<sup>98</sup>.
- **Patrimoine** : 2,23 milliards d'euros, le chiffre d'affaires des entreprises du secteur - soit 71% du chiffre d'affaires national du secteur en 2019.
- **Presse** : 37% des 96 000 ETP de la filière en France en 2017.
- **Publicité** : 10,45 milliards d'euros, - soit 64% du chiffre d'affaires national du secteur en 2019.
- **Spectacle vivant** : 5,82 milliards d'euros de chiffre d'affaires soit 70% du chiffre d'affaires national du secteur en 2017.

93/Source principale (sauf indication contraire) : Insee (2021) La culture diversement impactée par la crise liée à la Covid-19 en Île-de-France (Données 2017), *Insee Analyses Île-de-France*, N°139 ; Insee (2018) L'Île-de-France, première région française de l'économie culturelle, *Insee Analyses Île-de-France*, N°82.

94/Conseil National de l'Ordre des Architectes (2020), *Archigraphie*.

95/ETP : L'équivalent temps plein est une unité de mesure d'une charge de travail ou plus souvent, d'une capacité de travail ou de production.

96/Syndicat National du Jeu Vidéo (2021) *Baromètre annuel du jeu vidéo en France*.

97/Gualbert, Bénédicte (2022) « Paris Capitale de la Mode, entraîne dans son sillage toute la filière création-mode-design d'Île-de-France », *Cahiers du CROCIS* n°43.

98/Centre National de la Musique (2021) *La diffusion des spectacles de musiques actuelles et de variétés en France, chiffres synthétiques 2019, principales évolutions 2017-2020*.



Palais-Royal, Paris

99/Insee (2021)  
« La culture diverse-  
ment impactée  
par la crise liée à  
la COVID-19 en  
Île-de-France »  
(Données 2017),  
Insee Analyses  
Île-de-France,  
N°139.

100/Robert, Mar-  
tine, « Culture : les  
festivals pas tous  
égaux face au Co-  
vid », *Les Echos*,  
26 mars 2021.

101/Insee (2021)  
« La culture diverse-  
ment impactée  
par la crise liée à  
la COVID-19 en  
Île-de-France »  
(Données 2017),  
Insee Analyses Île-  
de-France, N°139.

**La récente pandémie de COVID-19, et les restrictions qui en ont résulté, en fragilisant économiquement ces industries culturelles et créatives, et en particulier celles dont le modèle économique repose sur les rencontres et l'interaction en présentiel, difficilement substituables, a mis en lumière à la fois leur poids économique et les spécificités sectorielles et territoriales. Festivals, expositions, musées, cinémas ont traversé une année presque blanche et ont su s'adapter, en proposant notamment du contenu culturel - souvent gratuit - pour maintenir l'offre, le lien avec le lieu culturel et préparer la sortie de crise.**

**L'Île-de-France, poumon culturel du pays, a été particulièrement, mais diversement touchée par la crise**, certaines activités comme le jeu vidéo (+28% de chiffre d'affaires en 2020), l'édition et la distribution de vidéos (+10% de chiffre d'affaires en 2020) ou les plateformes de streaming (+17% de chiffre d'affaires en 2020) ayant même tiré leur épingle du jeu dans cette pandémie<sup>99</sup>. Ainsi même **si le chiffre d'affaires des entreprises du secteur culturel en Île-de-France a perdu 12% entre 2019 et 2020, la sensibilité des secteurs diffère fortement**. On note une baisse de 43% dans le spectacle vivant, de 28% dans la musique, de 13% dans le patrimoine, mais de 5% seulement dans le cinéma-audiovisuel et de 4,5% dans le livre. L'exemple des festivals en France illustre bien les effets néfastes de la pandémie sur les activités culturelles fondées sur la présence d'un public : en 2020, les annulations ont causé des pertes de 2,6 milliards d'euros pour le secteur<sup>100</sup>. **La force de la culture et des industries créatives se retrouve dans l'éventail des métiers et activités qu'elles regroupent**, dont la largeur permet de rééquilibrer les secteurs fragilisés à l'instant T par d'autres.

Les différents secteurs culturels étant répartis de façon assez peu homogène sur le territoire en Île-de-France, la pandémie de COVID-19 a diversement impacté les différents territoires, comme le montre la diminution du volume d'heures rémunérées dans chaque département : en Seine-Saint-Denis, où dominent spectacle vivant, musique et arts visuels, le volume d'heures rémunérées a reculé de 18%. À l'opposé, dans le département des Hauts-de-Seine, il n'a baissé que de 9% car les activités culturelles dominantes sont celles qui ont été moins impactées par la crise (audiovisuel et publicité). À Paris, la perte d'activité a été d'environ 12%<sup>101</sup>.

**La pandémie de COVID-19 a démontré la résilience du secteur, soutenu par les autorités politiques locales et nationales**<sup>102</sup>. Les premières études post-Covid établissent une reprise dynamique mais certains lieux, notamment les théâtres, peinent à revenir aux chiffres de l'année de référence 2019. On peut également souligner la surconsommation culturelle des Franciliens qui se retrouve dans la rapidité de la reprise des activités : si 41% de la population nationale a repris ses habitudes dès la réouverture des lieux culturels, le chiffre monte à 45% pour les habitants de l'agglomération parisienne. La reprise des festivals à l'échelle francilienne apparaît comme une réussite. Ce sont par exemple 150 000 festivaliers qui se sont rendus à Rock en Seine en 2022<sup>103</sup>, 15% étaient d'ailleurs issus de pays voisins européens, démontrant ainsi que **l'attractivité internationale des festivals franciliens ne s'est pas perdue**<sup>104</sup>.

Façade de la salle de concert de l'Olympia, pendant l'épidémie de COVID-19



102/L'État a  
débloqué 2 mil-  
liards d'euros à  
l'échelle nationale  
et 408 millions  
d'euros au niveau  
de la région Île-de-  
France, la Région  
38,5 millions d'e-  
uros et la ville de  
Paris 26 millions  
d'euros.

103/Quand en  
2019 le festival  
ne pouvait en  
accueillir que  
120 000.

104/Rock en  
Seine, Commu-  
nique de presse  
Bilan Dimanche  
28 août 2022,  
cf. lien en fin  
de document.

Le secteur culturel et créatif, véritable phénix de la pandémie, semble être en train de surmonter la crise de la COVID-19, mais conserve malgré tout une certaine fragilité et incertitude face à l'avenir. Les prochaines années seront capitales pour permettre aux acteurs les plus touchés de retrouver leur stabilité économique et réenclencher une dynamique, à la fois dans la génération de chiffres d'affaires et dans l'emploi.

## Focus international : de Bruxelles à Dubaï, la culture comme partie intégrante d'une stratégie économique globale

La domination de l'Île-de-France dans le paysage économique et social des activités culturelles est établie de longue date. On retrouve dans d'autres pays ce modèle jacobin, où la capitale est aussi le territoire concentrant l'essentiel du chiffre d'affaires et la majorité des emplois du secteur culturel. La comparaison du poids économique de différentes villes reste un exercice périlleux en raison d'un manque de données harmonisées et de méthodes de calcul des indicateurs qui diffèrent en fonction des pays. L'existence de ces données montre toutefois que la mesure du poids économique des secteurs culturels intéresse de plus en plus – d'autant que certaines villes et pays en font un levier de développement stratégique en les intégrant à leur stratégie économique globale et en leur associant des objectifs économiques chiffrés.

### Bruxelles

D'après une étude de 2020 portant sur des données de 2008, les industries culturelles et créatives de Bruxelles<sup>105</sup> généreraient un chiffre d'affaires de plus de 12,5 millions d'euros et une valeur ajoutée nette de plus de 3,2 millions d'euros, contribuant ainsi à hauteur de 4% à l'économie de la capitale. Le poids de la culture dans l'économie est par ailleurs croissant : de 2010 à 2018, la valeur ajoutée du secteur avait augmenté en moyenne de 3,7% par an. Certains secteurs sont particulièrement dynamiques, comme l'audiovisuel (un quart de la contribution économique totale des ICC à l'économie bruxelloise), la publicité-marketing et la presse. Il s'agit cependant d'estimations, probablement en deçà de la réalité, réalisées à partir d'une base de données sur les entreprises (la base Bel-first) et excluant le travail créatif au sein d'autres secteurs que les ICC ainsi que les activités de production créative non-marchande<sup>106</sup>.

### New York

À New York, le secteur créatif (incluant la musique, le spectacle vivant, l'architecture, la mode, les musées, les librairies, le design, les arts visuels, le cinéma et la télévision, la publicité et l'édition) contribue à hauteur de 13% à l'économie de la ville en 2017 d'après un rapport du New York City Comptroller, générant directement et indirectement un chiffre d'affaires de 110 milliards de dollars.

### Dubaï

Pays qui émerge sur la scène internationale culturelle, les Émirats arabes unis poursuivent une politique très volontariste pour renforcer le poids économique de la culture et sa contribution à la croissance globale du pays. Ces derniers sont ainsi finement documentés et suivis précisément pour déterminer des objectifs de croissance du secteur. Ils le sont également à Dubaï (Creative Economy Classification and Measurement Framework) qui a adopté un plan stratégique pour devenir une destination internationale pour les industries créatives et culturelles d'ici 2025 (Dubai Creative Economy Strategy). Le design en premier lieu, mais aussi la littérature, le spectacle vivant ou le cinéma sont identifiés comme des axes de développement forts. Dubaï fixe ainsi des objectifs de croissance économique pour son secteur culturel au sein de son plan stratégique<sup>107</sup>, au service de la vision poursuivie de devenir un centre global pour la culture, un hub de talents et un incubateur de créativité.

<sup>106</sup>/Komorowski, Marlen (2020) *L'impact économique des industries culturelles et créatives dans la Région de Bruxelles-Capitale*, hub.brussels.

<sup>107</sup>/ Site internet de Dubai Culture, cf. adresse du site en fin de document.

## CHIFFRES CLÉS Les industries culturelles et créatives à Dubaï

- **4%** : Contribution des industries culturelles et créatives à la production économique totale de Dubaï en 2019.
- **2,6%** : Contribution des industries culturelles et créatives au PIB en 2020.
- **5%** : objectif de contribution des industries culturelles et créatives au PIB en 2025.
- **3,6%** : Emploi créatif à Dubaï dans l'emploi total, soit 108 000 personnes et un ratio similaire à celui de la France.
- **4 milliards d'euros** : contribution de l'industrie du design au PIB de Dubaï en 2019.
- **+5,1%** de visiteurs à Dubaï entre 2018 et 2019.

<sup>105</sup>/Définies comme « les secteurs et les activités économiques, de la production à la distribution, qui reposent sur des éléments créatifs, la créativité individuelle, les compétences et le talent, et qui ont le potentiel de produire et de créer une valeur culturelle et une croissance économique. », soit dix secteurs clés : l'audiovisuel, les logiciels et le jeu vidéo, la musique, les arts visuels et les arts du spectacle, les livres et la presse, la publicité et le marketing, le design et la mode, la culture d'art et le patrimoine, l'organisation d'événements, l'architecture et la photographie.

108/ Plan France 2030, cf. lien du site en fin de document.

109/ Hearn, Steven et Saby, Olivier (2014) *Rapport sur le développement de l'entrepreneuriat dans le secteur culturel en France*, ministère de l'Économie, du redressement productif et du numérique.

Si la culture et les industries créatives sont des secteurs sur lesquels la France mise, ils ne sont pas soumis aux mêmes ambitions directrices que dans d'autres pays. Elles n'en restent pas moins **identifiées comme un domaine d'investissement d'avenir** au sein du plan France 2030. Ce plan prévoit de mobiliser un milliard pour la culture et les industries créatives sur les 54 milliards d'euros du plan sur 5 ans. Les investissements fléchés sur ces sujets ont notamment pour but de positionner la France en tête de la production de contenus culturels et créatifs<sup>108</sup>. Ils couvrent également les champs culturels du cinéma aux métiers d'art grâce à quatre accélérateurs : un appel à projets « La grande fabrique de l'image » pour faire de la France le leader européen des tournages et de la production numérique doté de 350 millions d'euros pour soutenir la création d'une dizaine de studios de tournage, de studios de production numérique et de 20 à 30 organismes de formation ; les accélérateurs « musique et spectacle vivant » et « savoir-faire d'exception » pour développer ces domaines d'expertise français ; et enfin Cultur'export pour appuyer l'expansion internationale. De nombreux AMI soutiennent l'investissement dans les alternatives vertes pour la culture, ainsi que l'innovation et la numérisation du patrimoine et du spectacle vivant.

## Une « cultural start-up nation »

« Si l'on sort de la vision classique, on se rend compte que les entreprises dans le secteur culturel ont toujours existé, qu'il en existe toujours et qu'il s'en crée chaque année. Prenons par exemple les labels de musique, les tourneurs, les galeristes, les salles de spectacles, certaines compagnies. Culture et entreprise ne sont donc pas antinomiques et ne l'ont jamais été. »

**Steven Hearn, Rapport sur le développement de l'entrepreneuriat dans le secteur culturel en France<sup>109</sup>**

Comme tout autre secteur économique, les industries créatives s'inscrivent dans une véritable dynamique d'innovation, qui se matérialise par **la création de nombreuses entreprises culturelles et créatives concentrées en Île-de-France**, dont le nombre égale ou dépasse en 2019 celui de nouvelles entreprises créées dans des secteurs économiques souvent reconnus comme plus porteurs économiquement (restauration, industrie).

## CHIFFRES CLÉS

### La création d'entreprises culturelles en Île-de-France

- **31,2%** : la hausse de la création d'entreprises culturelles en Île-de-France entre 2019 et 2020, soit un taux supérieur à celui de la création de nouvelles entreprises en France sur la même période (+27,4%).
- **7 324** : le nombre d'entreprises créées dans le secteur culturel, sur un total de 244 147 créations d'entreprises en Île-de-France en 2019. Le chiffre atteint 7 419 pour la création d'entreprises dans la restauration et 5 849 dans l'industrie.

L'Île-de-France capitalise notamment sur la **présence depuis près de 10 ans sur le territoire de nombreux incubateurs dédiés aux start-ups culturelles**, comme Creatis, accélérateur dédié aux entreprises innovantes dans les secteurs des médias et de la culture, l'Incubateur du patrimoine créé par le Centre des Monuments Nationaux en 2016, spécialisé dans l'accompagnement des projets liés au patrimoine culturel, ou encore 104Factory, dédiée depuis 2013 aux produits ou services innovants dans les domaines de la création artistique et des industries créatives<sup>110</sup>. Première particularité de cet écosystème qui a permis d'accompagner plus d'une centaine d'entreprises, la présence d'une multiplicité d'acteurs, dont des acteurs publics, qu'ils soient du côté du financement (BPI France), dans l'expertise avec des opérateurs culturels ou encore dans un rôle de tutelle. Le ministère de la Culture organise par exemple le forum « Entreprendre dans la culture » depuis 2013 à Paris pour accompagner les start-ups sur les questions juridiques, RH, économiques... Avec près de dix ans de recul, on peut souligner que le taux de survie des start-ups culturelles à trois ans semble stable. Elles constituent ainsi un tissu entrepreneurial majoritairement éloigné des licornes, composé de TPE-PME, dont l'équilibre reste fragile mais qui ont su démontrer leur résilience. Certaines ont même initié une internationalisation croissante. Histoverly, par exemple, commercialise des dispositifs de visite numérique sur trois continents. On peut également souligner **la forte féminisation des équipes dirigeantes de ces entreprises culturelles** : plus de 60% dans les premières promotions de l'incubateur du patrimoine, près de 80% au 104Factory, comme le détaille Marialya Bestougeff, directrice de l'innovation du CENT-QUATRE-Paris. **Les spécificités de l'entrepreneuriat culturel en font un secteur utile dans la diversification des profils de la « start-up nation ».**

<sup>110</sup>/On peut aussi citer le Welcome City Lab, dédié au tourisme, mais qui accueille de nombreuses initiatives liées à la culture.



© Bertrand Noël

## L'ŒIL DE L'EXPERT

**MARIALYA BESTOUGEFF,**  
Directrice de l'innovation  
du CENTQUATRE-Paris

Ouvert à la recherche et à l'innovation, 104factory l'incubateur du CENTQUATRE-PARIS offre chaque année des bureaux et un accompagnement pour une quinzaine d'entreprises culturelles innovantes et favorise des rencontres, échanges et coopérations entre artistes, entrepreneurs et usagers du lieu. L'incubateur propose également des formations et actions d'accompagnement pour d'autres entrepreneurs culturels notamment pour des futures femmes entrepreneurs dans le cadre de ses actions avec l'association Empow'Her. 104factory est une activité qui permet de suivre et de détecter les innovations dans le secteur culturel et d'accompagner de jeunes structures innovantes parisiennes qui développent des produits, des solutions ou des plateformes en faveur des transitions numérique et écologique de la culture. Depuis 2013, l'incubateur a accompagné 70 entreprises innovantes. Aujourd'hui 80% des entreprises accompagnées sont co-fondées par des femmes.

La plupart des entreprises que nous avons accompagnées souhaitent s'installer durablement sur le territoire, à proximité de notre établissement dans le nord-est parisien ou plus largement dans les villes limitrophes (Pantin, Aubervilliers...). Il y a dans ce secteur une grande dynamique autour des entreprises culturelles et créatives. Ces entreprises innovantes créent de l'emploi sur le territoire, contribuent à son attractivité et à son dynamisme.

Nous développons un nouveau programme ambitieux en collaboration avec plusieurs structures culturelles du nord-est parisien parmi lesquelles Universcience, La Villette et la Philharmonie des enfants. Véritable laboratoire urbain de transition écologique au service de la culture, le programme Culture Impact vise à repenser les innovations du secteur culturel dans une logique de réduction de l'empreinte écologique.

Parallèlement à ce développement d'incubateurs pour les start-ups culturelles, on remarque **une volonté accrue de ces jeunes entreprises innovantes de se structurer, voire de travailler ensemble pour décupler leur impact et créer des synergies**. Ainsi par exemple, les entreprises du secteur dédiées à la production numérique<sup>113</sup> se sont regroupées depuis 2015 au sein d'un syndicat, PXN, qui associe aujourd'hui près de 80 acteurs. Ce tissu de PME innovantes, implantées à près de 76% dans le Grand Paris, est en développement. L'événement *We Are French Touch*<sup>114</sup>, qui s'est tenu pour la deuxième fois en novembre 2022 à Paris, donne la parole à des « ambassadeurs » issus d'entreprises innovantes des industries culturelles et créatives et témoigne de cette volonté de « jouer collectif », de contribuer au développement des ICC, en ouvrant des espaces de réflexion autour des enjeux clés du secteur ou en publiant des livres blancs pour sensibiliser sur des sujets essentiels pour la pérennité des entreprises de ce secteur.

Le secteur connaît une croissance solide en répondant aux besoins des consommateurs finaux, que ce soit auprès d'acteurs historiques du secteur qui se réinventent ou **de jeunes pousses qui façonnent des « océans bleus », de nouveaux marchés innovants, sur des aspects très divers, de la production de contenus à la gestion de lieux culturels**. La création de l'Atelier des Lumières, centre d'art numérique situé dans une ancienne fonderie dans le 11<sup>e</sup> arrondissement de Paris et présentant des expositions immersives, a permis à Culturespaces<sup>115</sup> de générer un chiffre d'affaires additionnel de 30 millions d'euros l'année de son ouverture, en 2018. Depuis, ce format innovant calibré à Paris n'a cessé de remporter un grand succès auprès du public : les créneaux de réservation sont très souvent complets, certaines expositions immersives ont été prolongées comme récemment celle consacrée à Tintin, et le format s'est internationalisé (ouverture de sites à New York, Séoul, Amsterdam, Jeju ou Dubaï), tandis que de nombreux autres nouveaux acteurs se sont positionnés sur ce marché porteur.

Côté entreprises « natives » du secteur, on peut citer l'exemple d'Emissive et ses expéditions immersives, une solution unique au monde qui permet à près de 100 visiteurs en parallèle de parcourir un espace recréé virtuellement. Ils ont ainsi été près de 50 000 visiteurs à arpenter les couloirs de la pyramide de Khéops durant les 3 mois d'installation du dispositif à l'Institut du monde arabe mi-2022. La société Affluences, quant à elle, propose une solution innovante de gestion des flux dans les lieux accueillant du public. Créée en 2014, elle est désormais présente dans 1 000 lieux et totalise plus d'un million d'utilisateurs. Elle témoigne du rôle de « lanceur » du secteur culturel : l'application est née dans les bibliothèques, puis les musées, et se développe aujourd'hui à l'international (Cambridge fait partie de ses

clients) et en dehors du secteur culturel, pour équiper les transports ou les magasins. En 2020, elle participe au Consumer Electronics Show de Las Vegas et réalise quelques mois plus tard une levée de fonds de 4 millions.

Certaines de ces nouvelles solutions développées par des entreprises culturelles et créatives remportent l'intérêt d'investisseurs, comme en témoigne la création en 2020 du fonds à impact ArtNova, doté de 100 millions d'euros dédiés aux industries culturelles et créatives. Les chiffres des levées de fonds de start-up culturelles, quoiqu'assez différents en fonction des secteurs et des échelles des solutions, invitent d'autant plus à **penser le secteur culturel, notamment dans ses activités numériques, comme un secteur économique attractif, solide et en croissance**.

## CHIFFRES CLÉS

### Les fonds levés par des start-ups culturelles en Île-de-France

- 300 millions d'euros levés en juin 2021 pour son entrée en Bourse par Believe, une entreprise francilienne née en 2005 et spécialisée dans l'accompagnement des artistes et labels<sup>116</sup>.
- 2 millions d'euros levés en 2021 par la start-up AskMona, créée en 2017 et qui conçoit des robots conversationnels pour les lieux culturels et patrimoniaux, ce qui lui a permis de doubler son effectif<sup>117</sup>.
- 4 millions d'euros levés en novembre 2020 par la start-up Affluences<sup>118</sup> qui propose une solution de gestion de flux des visiteurs.
- 22 millions d'euros levés par les start-ups de l'incubateur 104Factory en 2019<sup>119</sup>.

<sup>116</sup>/ Brewster, Will, « Believe successfully raises €300m in Paris IPO », *The Music Network*, 10 juin 2021.

<sup>117</sup>/ « Communiqué de presse - Ask Mona lève 2 millions d'euros et met l'Intelligence Artificielle au service des institutions culturelles », *BPI France*, 30 septembre 2021, cf. adresse du site en fin de document.

<sup>118</sup>/ Voir le site d'Affluences, cf. adresse du site en fin de document.

<sup>119</sup>/ CENTQUATRE-Paris (2019), *Rapport d'activité 2019*.

<sup>113</sup>/ Réalité virtuelle et réalité mixte, jeux vidéo, web et réseaux sociaux, transmission des savoirs etc.

<sup>114</sup>/ Site internet *We are French Touch*, cf. adresse du site en fin de document.

<sup>115</sup>/ Société gestionnaire du site.

## Culture, tourisme et image de marque : un triplé au service du territoire

120/Comité Régional du Tourisme Paris Île-de-France (2020) *Bilan de l'activité touristique 2019 à Paris Île-de-France.*

121/Lainé, Linda, « Dubaï : plus de 7 millions de visiteurs étrangers en 2021 », *L'Echo Touristique*, 13 février 2022.

122/Hernborg, Axel, « Tourisme à Londres - Statistiques, chiffres et tendances », *Tripplo*, 28 juin 2022.

123/ De Paola, Florian, « Paris classée première destination touristique mondiale », *L'Echo Touristique*, 21 décembre 2022.

124/Reneaume, Joséphine ; Guyet, Pauline, « Paris devient la destination la plus recherchée par les voyageurs pour cet automne », *Actualités Booking.com*, 6 octobre 2022.

Mesurer les retombées économiques indirectes de la culture, c'est s'intéresser à l'industrie du tourisme, qui est particulièrement florissante et génératrice de revenus en Île-de-France, grâce à son impact sur les secteurs qui lui sont liés : l'hébergement, les transports, la restauration, la grande consommation et le commerce. En 2019, Paris Île-de-France a accueilli plus de 50 millions de touristes, dépassant ainsi de peu le record de l'année 2018, malgré un contexte social difficile (grèves dans les transports, mouvements des « gilets jaunes »)<sup>120</sup>, mais toujours largement devant les 16,7 millions de personnes aux Émirats arabes unis (dont 7,28 millions à Dubaï)<sup>121</sup> ou les 21,7 millions de touristes à Londres<sup>122</sup>. Paris demeure la première destination touristique mondiale en 2022<sup>123</sup>, devant Dubaï et Amsterdam. Sur la plateforme Booking<sup>124</sup>, elle est redevenue la première destination recherchée.

L'Île-de-France a su créer une offre de visite complète en capitalisant sur sa richesse historique et patrimoniale tout en innovant et en proposant de nouvelles offres culturelles, fortement attractives et très renommées et qui jouent un rôle non négligeable dans le développement de cette industrie touristique : la visite de musées et de monuments est, de loin, l'activité la plus pratiquée par les touristes nationaux et internationaux qui visitent l'Île-de-France (72% d'entre eux ont visité un musée ou un monument lors de leur séjour). **D'après le Comité Régional du Tourisme (CRT) Paris Île-de-France, près de 15,5 millions de visiteurs avaient programmé une activité culturelle au cours de leur séjour lors du premier semestre 2019**, générant plus de 8 milliards d'euros de retombées économiques pour la région. Cette fréquentation est toutefois concentrée dans quelques sites emblématiques, ce qui pose la question de leur préservation face à cette affluence de masse : en 2018, les 20 premiers sites culturels parisiens ont accueilli plus de 65 millions de visiteurs et 65,6% de cette fréquentation s'est concentrée dans les cinq premiers. Hors Paris, les 30 premiers sites culturels et de loisirs franciliens ont accueilli 35,1 millions de visiteurs et 87% de cette fréquentation se concentre dans les quatre premiers sites culturels et de loisirs, toujours d'après le CRT (Disneyland Paris, Domaine de Versailles, Vallée Village, Cité Médiévale de Provins)<sup>125</sup>.

Au-delà du tourisme « grand public » ou de loisir, la culture et les industries créatives permettent également de générer un important tourisme d'affaires, notamment les grands événements de l'économie créative tels que la *Fashion Week*, Paris Photo (qui a attiré plus de 70 000 visi-

teurs en 2018) ou Paris+ par Art Basel qui a atteint lors de sa première édition en 2022 plus de 40 000 entrées en 5 jours, essentiellement des collectionneurs internationaux. Dans ce cas également, les dépenses des visiteurs de ces grands événements bénéficient directement au territoire d'accueil.

Objet d'un désir devant être régulièrement ravivé, toute destination touristique travaille son image de marque et cherche des points saillants qui la distingueront des autres. Paris ne fait pas exception et bénéficie à cet égard d'un avantage comparatif certain, puisque c'est l'une des villes les plus filmées au monde. Elle a accueilli un nombre record de tournages en 2021.

125/Comité Régional du Tourisme Paris Île-de-France (2020) *Bilan de l'activité touristique 2019 à Paris Île-de-France.*

## CHIFFRES CLÉS Les tournages à Paris

- 110 longs métrages et 64 séries tournées à Paris en 2021, pour un total de 7 000 jours de tournages<sup>126</sup>.

126/ « À Paris, un nombre record de jours de tournage en 2021 », *Le Figaro*, 6 février 2022.

### Parc Walt Disney Studios, Disneyland Paris



127/Il ne s'agit que d'un exemple parmi tant d'autres : dans la publicité pour « Coco Mademoiselle », Keira Knightley enfourche une moto place Vendôme et traverse la place de la Concorde, dans le clip de « La vie est belle » de Lancôme, Julia Roberts fait face à la tour Eiffel scintillante de nuit.

128/Depuis le 21 décembre dernier et l'arrivée sur Netflix de la saison 3 de la série, une hausse de 1.416% de recherches de logements à vendre dans la capitale française a été enregistrée en Angleterre par rapport à la semaine précédente, selon le site d'estimation immobilière britannique GetAgent, Denuis, Delphine « Immobilier : "Emily in Paris" donne aux Anglais des envies de "s'offrir un petit bout de la capitale" », *Le Parisien*, 23 décembre 2022.

Paris est riche d'un héritage exceptionnel qui incarne dans l'imaginaire collectif l'archétype de la ville lumière et romantique. Cette image fait partie des topos de la publicité et du cinéma qui diffusent l'image d'un Paris éternel : pour le lancement du parfum d'Yves-Saint-Laurent « Parisienne » en 2009, Kate Moss apparaît au coucher du soleil devant la Tour Eiffel ; dans une campagne plus récente de 2012, c'est sur un Pont Alexandre III désert et avec la coupole des Invalides en fond que déambule l'égérie<sup>127</sup>. On peut ainsi évoquer les scènes très marquantes de *Lupin*, une série visionnée par plus de 76 millions de personnes en avril 2021, au Louvre, au Sacré-Cœur, ou devant l'horloge du Musée d'Orsay. De la même façon, la série *Emily in Paris*, dont la première saison a été visionnée sur Netflix 58 millions de fois en 2020, met en lumière de nombreux lieux patrimoniaux de la capitale : la place de Valois, des cafés historiques comme le café de Flore, ou des hôtels particuliers comme l'hôtel d'Evreux situé Place de la Concorde. L'image projetée par cette industrie alimente la sphère touristique en donnant envie aux spectateurs de films et de séries de visiter les lieux de tournage de leur fiction préférée, comme l'illustre le développement d'offres de visite « sur les pas » du *Da Vinci Code* ou du *Fabuleux Destin d'Amélie Poulain*, ou les contenus d'influenceurs sur les réseaux sociaux identifiant les lieux associés aux tournages dans la ville, ou encore l'augmentation de la fréquentation des sites immobiliers pour consulter les annonces parisiennes<sup>128</sup>. Rémi Bergues revient sur la recette de ce succès d'image.



■ Affiche de la série *Lupin*/Netflix, Paris



**L'ŒIL DE L'EXPERT**  
**RÉMI BERGUES,**  
**Directeur de Film Paris Region**

© DR

La filière cinéma et audiovisuelle de l'Île-de-France est particulièrement dynamique : sur les 15 500 jours de tournage par an en France, plus de la moitié se déroulent dans la région capitale. Et pour cause : une large majorité des talents (160 000 sur les 320 000), des studios et des entreprises de la filière Image - y compris de post-production et d'effets spéciaux - y sont domiciliés. Si vous ajoutez le fait que la grande majorité des réalisateurs, acteurs et producteurs y vivent et y travaillent, il est aisé d'expliquer la concentration des projets qui assurent une présence majoritaire de cette belle région sur les écrans, les grands comme les petits.

Après l'État, la Région Île-de-France est le 1<sup>er</sup> financeur de la filière image - écriture, production, aides pour les salles de cinéma - et propose un accompagnement des productions à travers sa commission du film Film Paris Region (référencement de décors et de prestataires).

La diversité des paysages et du patrimoine français est source d'inspiration pour la production audiovisuelle, et l'Île-de-France, tout comme les autres régions de France, présente sa singularité. **Les productions françaises ou internationales s'intéressent donc à l'Île-de-France en raison de la profondeur substantielle des histoires que la région permet de raconter, reflet de sa culture ou de sa littérature.** Là ne réside donc pas la concurrence réelle.

**Nos principaux challengers sont Londres et Berlin, qui captent de nombreux tournages américains grâce à des infrastructures de studios très développées, et ce depuis longtemps.**

Si nous avons, malgré tout, quelques studios de grande qualité en Île-de-France, le plan France 2030 de 200 millions d'euros permettra la rénovation, la modernisation et la construction de studios pour une part importante en Île-de-France, nous permettant de rester compétitifs et attractifs sur le plan international.

**L'enjeu est de taille : des productions françaises qui se sont beaucoup exportées telles que le *Bureau des Légendes*, ou certaines productions internationales telles qu' *Emily in Paris* ou *Lupin*, qui totalisent chacune près de 100 millions de vues dans le monde, ont un impact très fort sur l'attractivité de notre région.** Nous ne pourrions jamais financer des campagnes de publicité aussi impactantes auprès de nos amis étrangers qu'ils soient touristes, start-uppeurs, investisseurs ou talents.

Accueillir des tournages et des productions a donc un fort impact économique en Île-de-France. Cet impact est direct avec une contribution de 12 milliards d'euros par an au PIB de la France, pour moitié grâce à l'Île-de-France. Un impact indirect est le tourisme : une enquête récente du CNC révèle que 75% des visiteurs étrangers à Paris avaient choisi de venir en France après avoir visionné un film ou une série. Selon cette logique, le Comité Régional du Tourisme conçoit des visites de décors de certains films ou séries.

Enfin, valorisons les retombées en termes de visibilité et d'attractivité pour l'Île-de-France. Aujourd'hui l'audience internationale des films et séries est inévitablement composée de décideurs qui apprécient les atouts de notre destination en termes de qualité de vie, de filières d'excellence, de mobilité ou de culture qui aident à attirer et garder les talents. Après le Brexit et la période de pandémie, l'Île-de-France retrouve l'une des premières places au sein des capitales et métropoles attractives dans le monde. Les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris qui approchent vont permettre de garder les projecteurs sur l'Île-de-France et permettre d'accroître encore son attractivité internationale auprès des touristes, des investisseurs, des talents et des producteurs !

129/ Chacun des lieux de tournage utilisant d'ailleurs cette information pour créer du contenu sur leurs réseaux sociaux et associer leur image à celle de la série.

130/ Ropars Fabian, « Community management : l'utilisation des médias sociaux par la ville de Paris », *Blog du modérateur.com*, 14 février 2018.

L'exemple d'*Emily in Paris* montre l'évolution progressive de l'image de Paris, de la ville historique éternelle à une ville créative et innovante. Au fil des saisons, les pratiques culturelles des personnages résument le mélange culturel parisien : du sol de l'Atelier des Lumières aux marches de l'Opéra, de la rétrospective de mode au Musée des arts décoratifs à l'exposition Pop Air à la Villette, en passant par la Chaufferie de la fondation Fimincio à Romainville ou par la galerie Perrotin<sup>129</sup>. Culture patrimoniale, marché de l'art, innovations numériques et industries culturelles y sont représentées. **Ce glissement vers les territoires du Grand Paris et des activités culturelles moins patrimoniales contribue au renforcement de l'image d'un Paris contemporain plus créatif et innovant, ce qui représente pour la capitale un réel défi à relever tant l'image d'une ville musée est puissante, notamment à destination des touristes internationaux.**

**Les réseaux sociaux et les créateurs de contenus peuvent jouer un rôle déterminant** dans cette médiation positive de la culture du Grand Paris. Le compte Twitter officiel de la ville rassemble près de 2 millions de followers et relaye les contenus des établissements culturels. Les comptes sont gérés avec un triple objectif d'assurer une présence auprès des Parisiens, mais également de « *diffuser un peu de rêve et de faire vivre le mythe qu'est Paris, pour la France et dans le monde entier* » et enfin de « *donner toute sa place au Paris actuel, celui qui change, se construit, celui où l'on vit et travaille* », explique Noémie Buffault, Community Manager de Paris<sup>130</sup>. Enlarge Your Paris, le « *média des grand-parisiens* », créé en 2013, a atteint les 1,4 million de lecteurs en 2021. Dans le top 5 des articles les plus lus sur le site, on trouve une carte de métro des lieux culturels du Grand Paris. Toute une galaxie d'influenceurs, culturels ou non, utilisent enfin les œuvres, l'héritage et les innovations culturelles du Grand Paris dans leurs contenus. Lena Situations, par exemple, entraîne souvent ses

9 millions d'abonnés dans ses aventures dans les rues de Paris. Etoiles, lui, a proposé à ses 850 000 abonnés sur Twitch une visite guidée du château de Versailles et de ses jardins.

La culture est également un formidable outil pour **reconstruire l'image de certains territoires**, aujourd'hui mal perçus à l'échelle nationale comme internationale. L'exemple de la Seine-Saint-Denis, ancien département industriel et ouvrier, aujourd'hui entaché d'une image négative notamment d'insécurité, est à ce titre emblématique : les divers acteurs du territoire font de la culture un axe prioritaire pour transformer l'image de marque du territoire et renforcer son attractivité touristique, comme l'explique Joachim Pflieger, Directeur du Fonds de dotation Ambition Saint-Denis<sup>131</sup>. Pour ce faire, ils s'appuient sur certaines figures comme JR, sur des initiatives originales comme l'école Kourtrajmé, première école de cinéma gratuite fondée par le réalisateur Ladj Ly, ou encore sur des projets de renommée internationale qui ont la capacité de fédérer au-delà du territoire comme l'organisation des Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024.

Des boucles de rétroaction positive arrivent ainsi à se mettre en place et servent directement **la construction de l'image d'un Grand Paris patrimonial et contemporain** : l'innovation technologique que constitue l'Atelier des Lumières renouvelle l'offre de visite des sites culturels parisiens ; elle attire des tournages comme celui de *Emily in Paris*, qui représente une source de revenus pour la ville. La série, en portant à l'écran la diversité de l'offre culturelle du Grand Paris, nourrit la dynamique des secteurs culturels et touristiques auprès de nouveaux publics.

131/ Voir son entretien ci-après.





© Luca Nicolao

© DR

66

## L'ŒIL DE L'EXPERT JOACHIM PFLIEGER, Directeur du Fonds de dotation Ambition Saint-Denis

**D**epuis le Fonds de dotation Ambition Saint-Denis que je dirige, la culture est au cœur de nos actions. Fédérer les partenaires privés autour de logiques philanthropiques et de soutien aux artistes et développer des pratiques culturelles participent d'un effet de renversement des regards sur Saint-Denis et la Seine-Saint-Denis. **C'est dire et montrer la richesse culturelle d'un territoire de plus de 120 nationalités et c'est faire de la périphérie une nouvelle centralité.**

Saint-Denis et la Seine-Saint-Denis illustrent la contribution des évolutions territoriales et d'équipement à l'attractivité du Grand Paris. Rappelons tout de même que le quartier culturel Komunuma que j'ai piloté à Romainville (Seine-Saint-Denis) est la preuve que la culture crée la destination, avec un quartier culturel et créatif transformant durablement un ancien site industriel en lieu de création et de partage. Il faut par ailleurs rappeler que Saint-Denis a toujours été un lieu de destination et de rencontre (la Basilique de Saint-Denis attire des visiteurs depuis le Moyen-Âge). Le Saint-Denis d'aujourd'hui est aussi riche de ses tiers-lieux, de ses pépites comme le Musée Paul Eluard ou le 6B. J'y retrouve ce que j'avais beaucoup étudié au début de l'aventure du quartier culturel à Romainville : en réunissant des acteurs de la création sur un même territoire, on crée une destination pour les visiteurs, des logiques de synergies entre les acteurs culturels eux-mêmes et également entre la culture et les associations locales et les écoles.

Le Grand Paris se situe au croisement entre une terre d'innovation et une logique propre à la culture et la création. Cette création est protéiforme : elle émane des associations, des artistes présents sur le territoire et des institutions installées, de longue date ou récemment, sur le territoire. Il faut voir le travail remarquable du 19M (Chanel) installé désormais à la frontière entre le 19<sup>e</sup> arrondissement et Aubervilliers dans les liens tissés avec son écosystème. Il y a une forte logique de fertilisation croisée, mot que j'emprunte à l'innovation, à favoriser des échanges de regard et d'excellence entre les différentes parties prenantes du territoire.

La culture permet de mobiliser des investissements et de constituer un levier d'attractivité. On le voit dans l'accompagnement des logiques d'investissement à grande échelle dans le Grand Paris et dans la transformation d'anciens lieux industriels en espaces de création et de partage (Laboratoires Eclair à Épinay-sur-Seine). La création irrigue l'entrepreneuriat, elle le stimule et lui prête parfois ses méthodologies. C'est pour cela qu'une société inclusive, ouverte au sens d'Henri Bergson, est nécessairement une société qui fait une large place aux artistes et cultive les croisements. Avec les artistes, nous pensons plus loin et nous pensons aux futurs !



## 2. LA FORCE D'ENTRAÎNEMENT DE LA CULTURE : RETOMBÉES ÉCONOMIQUES, ATTRACTIVITÉ DES TALENTS ET LIEN SOCIAL

### Les retombées économiques indirectes de la culture : une contribution majeure au dynamisme économique du territoire

« Il y a bien corrélation entre l'implantation d'une manifestation ou d'un équipement culturel et le développement du territoire concerné, particulièrement marquée si l'on considère des critères d'attractivité comme la pression immobilière ou les créations d'entreprises. »

Morgane Weill, inspectrice des finances<sup>132</sup>

Culture et industries créatives sont également des moteurs économiques par l'effet d'entraînement qu'ils ont sur d'autres secteurs mais aussi pour le territoire par l'effet d'attraction qu'ils exercent sur les classes créatives et les talents.

En 1997, la fondation Solomon R. Guggenheim ouvre à Bilbao au public un musée qu'elle a confié à l'architecte Frank Gehry. Construit sur une ancienne friche industrielle et portuaire de la rive gauche de la ria de Nervion, le musée a été conçu, à l'instar du Guggenheim de New York, comme un objet architectural devant marquer l'image de la ville. Par sa modernité et son audace, il ancre dans le paysage urbain la nouvelle ère et l'esprit de renouveau désirés par la ville : « ce musée témoigne de l'énorme pouvoir d'un objet architectural, qui peut changer la société et les mentalités » explique l'architecte Juan Coll-Barreu<sup>133</sup>. En effet, Bilbao est alors une ville qui subit de plein fouet la désindustrialisation. Le succès du musée, qui attire dès 1998 plus d'1,3 million de visiteurs et continue à attirer plus d'1 million de visiteurs par an aujourd'hui, dont 61% d'étrangers et 12% seulement de visiteurs venant du Pays basque, permet de rembourser l'investissement initial de 89 millions d'euros en six ans. Entre 1997 et 2021, il aura généré 6,5 milliards de recettes, accru de 5,9 milliards le produit intérieur brut du Pays basque et permis de créer plus de 45 000 emplois<sup>134</sup>. Le musée sert également de déclencheur pour un programme de renouvellement urbain de grande ampleur. Bilbao opère ainsi une mutation complète de son modèle économique en passant d'une économie centrée sur l'industrie à une économie du tourisme et des loisirs.

Le succès du musée Guggenheim de Bilbao a poussé d'autres villes à miser sur la construction d'une institution culturelle signée par un architecte star pour reproduire cet « effet Bilbao » - pas toujours avec succès néanmoins. De façon générale, lier culture et économie fait souvent l'objet de controverses : instrumentalisation de la culture, gentrification des quartiers culturels contraignant les premiers habitants ainsi que

<sup>132</sup>/Interview de Morgane Weill, donnée lors de la publication du rapport : *La culture, un secteur stratégique de l'économie* (2013) ; cf. adresse du site en fin de document.

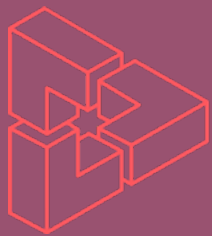
<sup>133</sup>/Rérôle, Raphaëlle, « La déflagration Guggenheim », *Le Monde*, 29 août 2013.

<sup>134</sup>/Hel Guedj, Johan-Frederik, « 25 ans plus tard « l'effet Bilbao » est intact », *L'Echo*, 26 novembre 2022.

les artistes ayant présidé à la reconversion du quartier à le quitter par manque de moyens, inefficacité et difficulté à mesurer de tels phénomènes. Mais certains exemples comme le cas de Lens soulignent la force motrice de la culture dans une revitalisation territoriale.

L'exemple de Lens n'est pas réellement assimilable à l'effet Bilbao, même si les deux villes sont souvent comparées, puisque dans ce cas précis, c'est la culture qui permet d'initier la dynamique de transformation du territoire. Si la ville de Lens diffère fortement du Grand Paris et affronte d'autres enjeux, l'exemple permet de montrer comment peuvent se traduire les retombées économiques indirectes de la culture sur un territoire : implanter à Lens, une ville fortement touchée par le déclin de l'industrie minière<sup>135</sup>, une marque aussi puissante et reconnue que celle du Louvre - qui plus est, logée dans l'architecture iconique signée Kazuyo Sejima et Ryue Nishizawa de l'agence japonaise SANAA - c'est chercher à transformer le territoire par la culture, notamment en le rendant attractif pour les touristes nationaux et internationaux, qui consommeront à leur tour sur le territoire. Le premier projet scientifique et culturel du musée évoque d'ailleurs une « *triple ambition* » du musée : « *démocratisation culturelle, ouverture sociale et participation à la transformation d'un territoire et à la renaissance de sa dynamique économique* »<sup>136</sup>. En témoigne d'ailleurs la construction de l'hôtel de luxe, l'Hôtel Louvre-Lens, juste en face du musée. Une stratégie qui s'inscrit dans la continuité du classement du bassin minier au patrimoine mondial de l'UNESCO en 2012 : la culture est mobilisée comme un moyen privilégié de redynamiser un territoire, d'en changer l'image pour *in fine* le rendre attractif et donner naissance à une nouvelle économie autour du tourisme et du loisir et plus largement de l'innovation.





LOUVRE  
LENS  
VALLÉE

**L'ŒIL DE L'EXPERT**  
**MARGHERITA BALZERANI,**  
**Directrice de Louvre Lens Vallée**

© Angela DiPaolo

## « Louvre-Lens : Le Louvre autrement. Un Musée qui transforme le territoire »

Inauguré en décembre 2012, le musée du Louvre-Lens est situé dans l'ancien Bassin Minier du Nord de la France, désormais inscrit au patrimoine mondial de l'Unesco. Construit sur l'ancienne fosse 9, il a contribué à métamorphoser l'image du territoire par un parc paysager de 20 hectares. Le Louvre-Lens a attiré à ce jour 5 millions de visiteurs, dont 70 % sont originaires de la Région Haut-de-France. Il a réussi, depuis sa création il y a 10 ans, à s'affirmer comme le **Louvre « autrement »**. Le Louvre-Lens a permis de réinterroger de manière innovante les missions d'un musée en termes de collections, de muséographie mais aussi de médiation. Il a développé une politique artistique et culturelle qui dépasse les champs habituels de l'action culturelle pour investir ceux de l'urbanisme, du social, de l'économie et de l'humain. Il s'agit d'un véritable accélérateur de la transformation du territoire et il participe en cela à la vie de la cité et de ses habitants, au cœur du monde et des gens. Car ces derniers ont désiré le Louvre-Lens - un livre d'or a recueilli plus de 8 000 signatures lorsque la ville s'est portée candidate - et ils participent à son projet scientifique et culturel, en contribuant à construire un projet collectif, un symbole fort.

Une année après l'installation du Musée, en 2013, le **Louvre Lens Vallée** est né. Il s'agit du seul et unique incubateur dans les industries créatives et culturelles en France à être associé à un Musée et l'un des premiers au monde. **Louvre Lens Vallée** demeure un projet pionnier, avec une année d'avance sur le NEW INC\* associé au New Museum de New York, avec qui il partage les mêmes architectes, Kazuyo Sejima + Ryue Nishizawa/SANAA.

La trajectoire n'est en aucun cas comparable à celle de la ville de Bilbao, car il ne s'agit ni du même territoire, ni de la même échelle, ni de la même histoire. Le Louvre-Lens est attaché à la marque internationale Louvre, qui, par ce projet, redéfinit son identité en s'installant sur un territoire désindustrialisé qui, depuis, réécrit son récit et son histoire, sans effacer la précédente. Louvre Lens Vallée est né avec la volonté d'accompagner des projets innovants liés au numérique et à la culture. Sa collaboration étroite avec le Louvre-Lens, l'un de ses membres fondateurs, qui sert de véritable outil d'expérimentation et d'observation des usages, remplit également une mission de démocratisation et traduit une volonté exemplaire de réduction des inégalités d'accès à la culture.

\* New Museum Of Contemporary Art - newinc.com

## Louvre Lens Vallée : la transition du territoire par le biais de l'entrepreneuriat, de la culture et de l'innovation.

Louvre Lens Vallée accompagne depuis 10 ans la transition du territoire par le biais de l'entrepreneuriat, de la culture et de l'innovation. Il s'agit de développer à deux pas du Louvre-Lens et du **Centre de Conservation du Louvre Paris**, également membre de notre gouvernance et situé à Liévin, un **Hub créatif**, un lieu d'expérimentation visant à décloisonner les sphères artistiques, universitaires, entrepreneuriales et citoyennes autour de :

- **La numérisation des œuvres, la conservation, la préservation des œuvres et la valorisation du patrimoine ;**
- **L'innovation dans la médiation, l'artisanat d'art et le tourisme culturel.**

À ce titre, Louvre Lens Vallée aura accompagné **107 projets pour 128 porteurs de projets**. Ces entreprises ont généré 120 créations d'emplois (fondateurs non compris). À ce chiffre s'ajoute, en 2023, la promotion actuelle qui se compose d'une **PREPA** à destination des jeunes du territoire et en lien avec les *hub-houses* des universités, ainsi que d'une **promotion de 8 start-ups du tourisme culturel**, pour un total de 28 porteurs de projets.

Les impacts directs sur le territoire :

- 75% des entreprises sont encore installées dans la région.
- 75 créations d'emploi (hors équipes du LLV, Louvre-Lens et CCI)
- 7 millions
- 750 000 euros levés

Les retombées indirectes, plus globalement l'attractivité touristique et la création de valeur :

- La création d'**ALL - Autour du Louvre Lens** qui travaille au contrat de destination touristique et qui a créé en 2021 une **SIC** avec des produits fabriqués localement et avec une identité forte ;
- L'installation de la **Résidence artistique de la Fondation Pinault** ;
- Un programme immobilier ambitieux avec la réhabilitation de l'habitat minier et de corons en **Hôtel-Restaurant du Louvre Lens** et du **restaurant Le Galibot** ainsi que la création de la Cité des Arts pour accueillir des boutiques-ateliers d'artisans, d'artistes et de designers, une piscine, et un cinéma d'art et d'essai.

L'attractivité touristique générée par l'inscription au patrimoine de l'UNESCO\*\* et par le tourisme de mémoire ainsi que les retombées économiques (les dépenses moyennes par personne) sont en constante progression depuis 10 ans\*\*\* et Louvre Lens Vallée contribue à cet essor par la création d'entreprises dans les ICC.

\*\* Un visiteur étranger sur 6 déclare être venu sur le territoire du Bassin Minier car il est inscrit au patrimoine mondial de l'UNESCO.

\*\*\* 81 euros par personne en panier moyen et par personne dépensé sur le territoire, et 133 euros à fin 2022. Étude réalisée par TCI Research et ALL Autour du Louvre Lens janvier 2023.

\*\*\*\* Cf. adresse du site en fin de document.

La pérennité de notre modèle est assurée grâce à la volonté des acteurs publics de poursuivre le soutien à ce projet. On note, avec 10 ans de recul, que les entrepreneurs accompagnés poursuivent leur activité dans des proportions supérieures à la moyenne nationale et contribuent à la dynamique de l'emploi du territoire. Nos forces résident en la singularité de notre programme d'accompagnement, l'immobilier à bas coût et notre écosystème.

Le programme d'accompagnement que l'on propose se fonde sur la volonté de révéler la perméabilité croisée entre le monde de l'entreprise et celui de la créativité. Pour ce faire, nous avons créé une méthodologie d'accompagnement basée sur le *design thinking* et l'esprit *maker*, appuyée sur des cas concrets, sur la mise en situation et sur des méthodes immédiatement applicables aux projets par des ateliers collectifs. Nous avons aussi rassemblé une équipe permanente de 7 personnes ainsi que 25 experts ICC dédiés à la promotion sur des sujets spécifiques. Nous avons ainsi créé des duos avec un entrepreneur-porteur de projet et un artiste-étudiant du Fresnoy. Nous accueillons également le MuséoLab, un laboratoire d'innovation ouverte à destination et au service des créatifs.

Notre écosystème réunit plus de 160 entreprises, partenaires et acteurs et 60 parties prenantes dans la communauté **French Tech Artois**. Depuis 2022, Nous sommes labellisé par la BPI - **French Touch** en tant que lieu totem de diffusion et de promotion des industries créatives et culturelles. Nous sommes également engagés dans l'inclusion car nous accueillons POP SCHOOL, la grande école du numérique qui, attentive à son écosystème et plus particulièrement aux personnes éloignées de l'emploi et aux habitants des quartiers prioritaires de la ville, joue le rôle d'école de la deuxième chance. Nous menons aussi avec le Louvre-Lens le projet **« L'Art d'accéder à l'emploi »\*\*\*\***.

Louvre Lens Vallée en collaboration avec la Chambre des Métiers et de l'Artisanat des Hauts-de-France accueille également la formation Certificat Technique des Métiers d'Art et des Métiers Rares, une formation unique en France.

Louvre Lens Vallée est également fortement impliqué dans des projets spécifiques à destination des femmes et en faveur de la reconnaissance de l'égalité des chances. Le centre propose tout au long de l'année des événements et animations qui rassemblent cette communauté d'acteurs pluridisciplinaires : culturathons, afterworks, workshop, conférences sur des thématiques originales et stimulantes.

Il est donc en permanence dans une relation structurelle avec l'ensemble des acteurs publics locaux mais aussi avec les tissus économiques, comme cible des offres et moyens de repositionnement du territoire. C'est un projet avec et pour le territoire.

Les membres fondateurs de Louvre Lens Vallée :

La Communauté d'Agglomération de Lens-Liévin / La Région Hauts-de-France / L'Université d'Artois / Le musée du Louvre-Lens / La Chambre de métiers et de l'artisanat des Hauts-de-France / La Chambre de commerce et d'industrie des Hauts-de-France / Orange

## Les retombées économiques indirectes de la culture : une contribution majeure au dynamisme économique du territoire

137/ Comité Régional du Tourisme (2019) *Bilan de l'activité touristique à Paris Île-de-France*.

138/ CNC (2018) *L'impact des tournages sur le tourisme*.

139/ EY (2017), *En Scène ! La contribution du spectacle musical et de variété à l'économie française*.

140/ Kancel, Serge ; Itty, Jérôme ; Weill, Morgane ; Durieux, Bruno (2013) *L'apport de la culture à l'économie en France*, Inspection Générale des Finances et Inspection Générale des Affaires Culturelles. Le rapport estime également l'impact global direct de l'ordre du tiers ou de la moitié du budget d'organisation, « un coefficient multiplicateur de 1,3 à 1,8 permettant de prendre en compte l'effet indirect de diffusion dans le tissu économique local ».

En générant d'importants flux touristiques vers Paris et l'Île-de-France, **les industries culturelles et créatives engendrent d'importantes retombées économiques indirectes sur le territoire, c'est-à-dire qu'elles contribuent à la croissance d'autres secteurs que le secteur culturel lui-même.** Avec leurs dépenses pour se loger, se restaurer, se mouvoir, ou se divertir, les 50 millions de touristes accueillis en France en 2019 auraient dépensé d'après le Comité Régional du Tourisme près de 22 milliards d'euros, un montant à peu près équivalent à celui de 2018<sup>137</sup>. De la même manière, selon le Centre National du Cinéma et de l'image animée (CNC) chaque euro investi par les collectivités locales dans un film, une fiction ou un documentaire génère 6,60 euros de retombées directes (rémunération, dépenses techniques et tournage) et 1 euro de tourisme (hébergement, restauration, loisirs, transport), soit un total de 7,60 euros<sup>138</sup>. Une étude de 2017 portée par EY avec les syndicats professionnels du secteur<sup>139</sup> souligne l'impact du spectacle musical et de variété et estime que pour 1 euro généré par l'activité (producteurs de spectacles, diffuseurs, organisateurs de festivals et exploitants de salle), 1 euro supplémentaire est généré parmi les prestataires et dans l'économie touristique.

Les retombées économiques indirectes de certains grands événements internationaux comme la FIAC ou la *Fashion Week* sont un autre exemple de cet impact massif sur un ensemble d'activités : 32 millions d'euros pour la FIAC, 1,2 milliard d'euros pour la *Fashion Week* en 2016. Peu de données existent sur les retombées liées aux festivals et concerts musicaux. Des études ont pu estimer qu'un festival peut engendrer pour l'économie locale des retombées de 30 à 40 euros par visiteur<sup>140</sup>.



141/ Coulisses défilé Haider Ackermann Automne-Hiver 2015, *Fashion Week* de Paris

## CHIFFRES CLÉS

### Les retombées économiques indirectes des grands événements culturels

- 32 millions d'euros de retombées économiques indirectes (c'est-à-dire hors achat d'œuvres d'art) générés par la FIAC<sup>141</sup>. Au vu de son public de collectionneurs internationaux, les retombées de la foire, tout comme Paris+ qui lui succède, bénéficient principalement à l'hôtellerie de luxe, aux maisons de vente aux enchères et aux musées.
- 1,2 milliard d'euros de retombées économiques pour la *Fashion Week* de Paris en 2016 (montants investis par les Maisons, retombées sur l'économie parisienne du fait des salons mode et textile et des dépenses de la part des participants à la *Fashion Week*).

141/ Chiffre de 2016 d'après l'Union française des métiers de l'événement.

Enfin, comme on a pu l'illustrer avec le cas d'Affluences, cette dynamique culturelle peut donner lieu à l'émergence de nouveaux besoins et donc ouvrir de nouveaux pans de création d'entreprises innovantes, dans des secteurs éloignés de la culture et des industries créatives.

On peut ainsi **lire les dépenses culturelles comme des investissements au service de l'économie du territoire**, que ce soit de l'économie culturelle elle-même, du tourisme, mais plus largement du commerce local. La notion de « PIB culturel », si elle reste difficile à stabiliser, permet de souligner que la culture est un des secteurs les plus contributifs au PIB, générant une valeur ajoutée sept fois supérieure à celle de l'automobile, de l'assurance ou des télécommunications<sup>142</sup>.

Les études restent cependant silencieuses sur la démonstration d'un lien de causalité entre investissement culturel et croissance économique. S'il est difficile d'isoler les critères et de démontrer ce lien direct, la corrélation, elle, est certaine. Le territoire parisien et plus largement francilien bénéficie des budgets consacrés à ces activités, dans le chiffre d'affaires mais aussi au service du dynamisme de l'emploi.

142/ Ces chiffres sont toutefois anciens - issus du rapport IGAC mentionné : la valeur ajoutée de la culture est équivalente en 2011 à la valeur ajoutée de l'agriculture et des industries alimentaires (60,4 milliards d'euros) et représente sept fois l'industrie automobile (8,6 milliards d'euros en 2011), quatre fois l'industrie chimique (14,8 milliards) ou l'assurance (15,5 milliards) et plus de deux fois les télécommunications (25,5 milliards).



► Basilique Saint-Denis

### 3. LES CLASSES CRÉATIVES : À L'HEURE DE LA GUERRE DES TALENTS, UN ÉLÉMENT ESSENTIEL POUR LE DÉVE- LOPPEMENT ÉCONOMIQUE DES TERRITOIRES

« J'appelle l'ère dans laquelle nous entrons l'ère créative, car le facteur clé qui fait évoluer nos sociétés est la montée de la créativité comme moteur principal de notre économie<sup>143</sup> »

**Richard Florida**, *The flight of the creative class, the new global competition for talent*

Qu'est-ce qui attire les artistes, les scientifiques, les ingénieurs, les chercheurs, les penseurs sur un territoire ? À cette question, Richard Florida répond que dans leurs choix d'installation, ces « classes créatives » portent un intérêt tout particulier à l'environnement social et culturel des villes : les équipements culturels et sportifs, l'offre éducative, la vitalité culturelle ou encore le degré d'ouverture et de tolérance de la population. Florida a ainsi cartographié les villes les plus créatives, à partir d'un indice de créativité qui repose sur ce qu'il appelle les « 3T » du développement économique : le talent (qui regroupe aussi le capital humain et les talents scientifiques), la technologie (dans les efforts de recherche et développement et les dépôts de brevet) et la tolérance. Cet indice<sup>144</sup> est utilisé, encore aujourd'hui, pour classer et hiérarchiser les villes les plus créatives et la France s'y retrouve au 16<sup>e</sup> rang.

143/ « I call the age we are entering the creative age because the key factor propelling us forward is the rise of creativity as the primary mover of our economy. » Florida, Richard (2004) *The flight of the creative class, the new global competition for talent*, Harper Business.

Toujours selon Florida, attirer ces classes créatives est fondamental pour permettre aux villes de se développer et de s'inscrire dans la compétition mondiale, dans une ère post-industrielle mondialisée, où les villes ont besoin de talents, qui sont la condition *sine qua non* de leur capacité à rester innovantes. Leur présence permettrait de créer un véritable cercle vertueux de croissance et de dynamisme économique.

144/ Florida, Richard ; Mellander, Charlotta ; King, Karen (2015) *The Global Creativity Index*, The Martin Prosperity Institute.



► *L'Évolution en voie d'illumination*, exposition co-produite par le Muséum national d'Histoire naturelle et China Light Festival, Jardin des Plantes, Paris

## Focus international : Austin, Texas, nouvel Eldorado des créatifs ?

À l'international, l'exemple d'Austin<sup>145</sup> aux États-Unis et de sa stratégie volontariste tournée notamment vers les industries culturelles, montre que **la culture peut devenir vecteur complémentaire d'attractivité des classes créatives dans un territoire**. Dans la capitale du Texas, le secteur de la créativité s'est développé de façon exponentielle dans les dix dernières années, avec une croissance de 40% du secteur. Il contribue désormais à l'activité économique à hauteur de plus de 4,35 milliards de dollars et représente environ 49 000 emplois permanents. Ce développement est principalement impulsé par de grands événements dans le spectacle vivant et le numérique, avec notamment le Festival SXSW, créé en 1987, dédié aux arts numériques, et qui a rassemblé 280 000 participants venant de 112 pays en 2022, ou le Festival de musique « Austin City Limits ». La ville a rejoint en 2015 le réseau des Villes Créatives de l'UNESCO, matérialisant la place centrale de l'économie créative dans son développement économique<sup>146</sup>.

Cette vitalité culturelle est constitutive de l'image de marque du territoire et articulée avec ses autres activités : Austin est reconnue à la fois comme « Live music capital of the world » et paradis de la tech, où fut fondé DELL en 1984. La ville apparaît comme une destination « branchée », « cool », « alternative », fidèle au « *Keep Austin Weird* » de son identité (« gardez Austin original/étrange », slogan adopté par the Austin Independent Business Alliance au début des années 2000 pour promouvoir les commerces indépendants) : un discours attractif pour les classes créatives, qui y sont présentes dans divers lieux. Tout d'abord au sein de l'Université du Texas, fondée en 1883, avec son campus de 50 000 étudiants. Ensuite dans les bureaux de nombreuses entreprises des GAFAM, surtout depuis la récente pandémie de COVID-19 : Facebook et Google possèdent des bureaux dans le centre-ville, Oracle a annoncé en décembre 2020 la migration de son siège vers Austin et Google se prépare à y ouvrir en 2023 son nouveau campus sur 35 étages d'un bâtiment situé à Saltillo, dans la banlieue Est de la ville.

145/ Berkowicz, Sylvie, « Austin, boom économique et nouveau visage », *The Good Life*, 13 mars 2020.

146/ UNESCO, Réseau des villes créatives, Austin, cf. adresse du site en fin de document.



Bourse de Commerce - Pinault Collection, Paris.

Compte tenu entre autres de la richesse de son offre culturelle, l'Île-de-France devrait, si on applique la théorie de Richard Florida, servir d'aimant particulièrement puissant sur les classes créatives. Certains classements, qui reposent sur de multiples critères dont la richesse de l'offre culturelle, établissent une attractivité satisfaisante de Paris pour certaines de ces classes créatives. D'après l'étude « *Global Talents in global cities* » réalisée par le cabinet EY en 2014<sup>147</sup> et étudiant l'attractivité de 44 métropoles mondiales, **Paris était la troisième ville la plus attractive chez les étudiants et les artistes, la cinquième ville la plus attractive pour les dirigeants d'entreprises et elle se plaçait seulement en sixième position pour les chercheurs et les entrepreneurs de start-ups**. Devancée uniquement par New York et Londres chez les classes créatives, la ville bénéficie de son dynamisme culturel et technologique, mais est pénalisée par son écosystème entrepreneurial jugé à l'époque peu attractif. Pour les dirigeants d'entreprise, Paris est devancée par New York, Londres, Tokyo et San Francisco et bénéficie de la diversité de son économie et de la concentration de sièges mondiaux dans des secteurs comme l'énergie, le luxe ou les transports. Ces données datant de près de 10 ans sont certainement à ajuster dans un contexte post-Brexit et ont pu à l'époque être utilisées comme des leviers d'action pour gagner en compétitivité.

L'étude « *Cities of opportunities* » publiée en 2016 par PwC<sup>148</sup>, plaçait Paris à la quatrième place des grandes villes les plus attractives au monde, derrière Londres, Singapour et Toronto. Dans ce classement, établi à

147/ Paris-Île-de-France Capitale Économique et EY (2014) *Paris-Île-de-France dans la course mondiale des métropoles pour attirer et retenir les talents*.

148/ Galal, Hazem ; Raymond, Peter ; de Haas, Egon ; Stuesson, Jan (2016) *Cities of opportunity* PricewaterhouseCoopers.

149/ Capital intellectuel et innovation, préparation technologique, connexion aux réseaux mondiaux, transport et infrastructures, santé et sécurité, durabilité et environnement naturel, démographie et qualité de vie, facilité de faire des affaires, poids économique, coût.

150/« Paris est de plus en plus attractive au niveau mondial », *Le Monde avec AFP*, 7 septembre 2016.

151/ Lohmeyer, Rudolph ; Buckstaff, Brenna « Readiness for the storm: the 2022 Global Cities Report », Kearney.

152/ Calculé à partir de la population immigrante, de l'équipement du territoire en universités de haut niveau, de la population internationale, de la population étudiante internationale et de la population avec une éducation nationale.

partir de 59 indicateurs répartis en dix catégories<sup>149</sup>, Paris est première pour la qualité de vie (qui comprend, entre autres, la vie culturelle) et elle se distingue en tant que lieu d'accueil destiné aux touristes de loisirs et d'affaires. Elle est à la troisième place pour son **capital intellectuel et d'innovation**, elle reste en retrait sur l'attractivité de son environnement économique (25<sup>e</sup> pour la croissance du PIB, 28<sup>e</sup> pour la croissance de l'emploi) et par le fait qu'elle figure parmi les villes les plus chères du monde. Actualisé plus récemment, le « *Global City Index* » du cabinet Kearney, qui mesure la capacité des villes à attirer et retenir les capitaux, les talents et les idées, place Paris à la 3<sup>e</sup> place en 2022, une place stable depuis au moins 2017 : malgré une baisse sur les indicateurs de l'activité économique et du capital humain, Paris conserve cette place en raison de sa capacité à attirer des restaurants d'envergure internationale ainsi que des musées et d'autres infrastructures culturelles<sup>151</sup>. Elle reste cependant en dessous des autres villes en tête du classement en ce qui concerne son capital humain<sup>152</sup>, ce qui conduit à relativiser le pouvoir d'attraction de Paris sur les classes créatives. **On observe une concentration d'artistes, d'universitaires et de professions créatives en Île-de-France**, même si le territoire s'avère moins international que certaines des autres grandes métropoles culturelles.



Le Petit Trianon sur le domaine du château de Versailles

## CHIFFRES CLÉS

### Les classes créatives en Île-de-France

- 19 % de la population est internationale en Île-de-France, contre 35,9 % à Amsterdam, 37 % à Londres, 18,8 % à Milan, 38 % à New York<sup>153</sup> en 2018.
- 111 678 étudiants internationaux en Île-de-France, contre 7 688 à Amsterdam, 19 924 à Bruxelles, 105 870 à Londres, 19 000 à Milan, 6 079 à New York<sup>154</sup> en 2018.
- 1,7 million de personnes occupant un emploi de cadre ou une profession intellectuelle supérieure en Île-de-France en 2017, soit 32 % de la population active francilienne contre 15 % de la population dans le reste de la France. Ainsi, deux cadres français sur cinq travaillent en Île-de-France<sup>155</sup> en 2021.
- Parmi ces cadres, 10 % seulement sont professeurs ou occupent une profession scientifique contre 19 % en région.

153/ World Cities Culture Forum (2018), *World Cities Culture Report*.

154/ *Ibid.*

155/ Acs, Marie, Fauret, Camille et Tissot, Ivan (2021) « L'Île-de-France : terre de cadres jeunes et diplômés », Insee Analyses Île-de-France, n°131.

Au sein du large groupe des industries culturelles et créatives, certains secteurs culturels à la croisée entre l'innovation et la culture, comme les jeux vidéo, permettent de montrer plus spécifiquement l'attractivité de Paris pour les classes créatives.

L'impact de la présence des classes créatives - qui dans la définition de Florida incluent aussi les ingénieurs et la création de brevets par exemple - s'illustre dans les secteurs plus technologiques. Mais la présence de Paris dans le top 10 mondial des clusters scientifiques et technologiques du Global Innovation Index<sup>156</sup> peut-elle être liée à notre dynamisme culturel ? Dans cet index, suivant 80 indicateurs rangés dans sept catégories (les institutions, le capital humain et la recherche, les infrastructures, la sophistication du marché, les sorties liées au savoir et à la technologie et les sorties créatives), la France est 12<sup>e</sup>, mais 6<sup>e</sup> sur le sujet créatif.

Au-delà de la performance économique, comment peut-on mesurer la valeur apportée par la culture et les industries créatives aux habitants, à la fois consommateurs et créateurs de culture ?

156/ World Intellectual Property Organization (2022) *Global Innovation*.



Photo Damien Hypolite D'après Assassin's Creed™ : Unity © Ubisoft Entertainment

© DR

## L'ŒIL DE L'EXPERT

**DÉBORAH PAPIERNIK,**

**Senior Vice-Président New Business, Ubisoft**

**et MÉLANIE DE RIBEROLLES,**

**New Business Director, Ubisoft**

Parmi les industries culturelles et créatives, le jeu vidéo occupe une place particulière du fait de sa nature hybride entre culture et technologie. Ce dialogue permanent entre création et innovation en fait un secteur à la croisée des enjeux technologiques, sociétaux et culturels.

On constate aujourd'hui une certaine hybridation des créativité : les industries culturelles et créatives se sont emparées de la capacité du jeu vidéo à divertir et à créer des liens comme le montre la multiplication des partenariats ces dernières années. Les expériences en réalité virtuelle ou augmentée menées dans les établissements culturels qui viennent enrichir les contenus, ou la possibilité d'assister à des expositions ou à des concerts au sein même des jeux vidéo sont autant d'exemples de ces dialogues féconds entre les différentes industries culturelles et créatives. Cependant, les espaces virtuels n'ont pas encore remplacé les espaces culturels physiques qui se sont énormément renouvelés ces derniers temps : les gens ont un grand besoin de se rencontrer.

Prenons l'exemple du Grand Paris : il offre un vivier considérable de publics variés. Pour les attirer, il faut rendre les espaces culturels accessibles géographiquement mais aussi culturellement : permettre aux gens de s'y intéresser, de se les approprier. Les nouvelles technologies comme la réalité augmentée sont autant de leviers d'attractivité, comme le prouve l'expérience Assassin's Creed aux Invalides qui a attiré au musée de l'Armée une audience généralement peu concernée par les musées grâce à un escape game historique en réalité augmentée.

La France est depuis longtemps un acteur majeur dans le domaine du jeu vidéo, s'appuyant sur une grande tradition d'ingénieurs de haut niveau et des grands créateurs d'univers : graphistes, scénaristes, musiciens... Aujourd'hui, la scène française du jeu vidéo est plus dynamique que jamais, avec un écosystème qui comprend de jeunes pousses débordantes de vitalité et d'originalité, aux côtés de plusieurs champions confirmés ou en devenir qui tirent tout le secteur vers l'excellence. La particularité créative de la France et de sa French Touch est très primée dans les festivals AR/VR. La qualité des talents qui s'expriment dans ce domaine est reconnue au niveau mondial.

La France dispose de nombreux atouts pour faire entendre sa voix sur la scène internationale avec des formations de grande qualité, ainsi que des entreprises de toutes tailles, riches de talents inspirants et d'une créativité sans borne. Ubisoft emploie aujourd'hui 4 200 personnes en France, un chiffre en hausse et bien supérieur en proportion à la répartition de son chiffre d'affaires. Ce dynamisme se ressent particulièrement à Paris où les investissements et collaborations se multiplient (Ubisoft Entrepreneurs Lab à Station F ; chaire Sciences et Jeu Vidéo par Ubisoft et l'École Polytechnique 2019). Avec des écoles réputées internationalement, un écosystème dynamique et des pouvoirs publics engagés dans le soutien du secteur et qui viennent renforcer la compétitivité de la France à l'échelle internationale, la France est redevenue, depuis quelques années, un territoire particulièrement attractif pour les créateurs de jeux vidéo.

Les priorités mises par le Grand Paris sur l'innovation et le numérique, entre autres, pour rendre la culture accessible au plus grand nombre, vont dans ce sens. On peut citer en illustration le développement de Micro-Folies\*, une offre culturelle de proximité sous forme de musée numérique, financée à 50% par la Métropole et soutenue entre autres par plusieurs musées parisiens, qui propose à la fois des contenus issus des collections des musées et des outils pédagogiques dérivés du jeu vidéo, comme une visite virtuelle de Notre-Dame, un jeu Lapins Crétins pour apprendre les bases du codage ou encore les Discovery Tours d'Assassin's Creed sur l'Égypte des pharaons, la Grèce antique et le peuple Viking.

\* Soutien à la culture | Métropole du Grand Paris

## La culture, un investissement social pour le Grand Paris

Observant les tendances à la métropolisation des politiques culturelles, le chercheur Guy Saez<sup>157</sup> a montré que ces dernières peuvent poursuivre des buts distincts, pas nécessairement articulés et potentiellement concurrents les uns des autres. Parmi ces derniers, Guy Saez en distingue plus particulièrement deux : celui de la ville créative et celui de la ville participative. **Dans le paradigme de la ville créative, les politiques culturelles doivent concourir à renforcer la compétitivité et l'attractivité internationale de la ville.** Le succès sera mesuré à la capacité à attirer des flux internationaux et des classes créatives et à la place acquise dans des classements internationaux. **Dans le paradigme de la ville participative en revanche, les politiques culturelles se resserrent sur la société civile, l'échelle locale et les habitants et s'attachent à accroître le capital social et à promouvoir la diversité culturelle.** Le succès est ici mesuré en termes de service aux populations locales, d'accroissement de leur qualité de vie et d'accès à la citoyenneté.

L'identification d'un lien causal entre les politiques culturelles et le bien-être individuel et collectif à l'échelle des territoires fait l'objet de diverses recherches. Le travail de Saz-Salazar<sup>158</sup> analyse par exemple l'impact d'un musée d'art contemporain dans la région de Madrid sur le bien-être qu'il estime équivalent à un gain monétaire d'une quarantaine d'euros par habitant et par an. Celui mené par les équipes du Conseil d'Analyse Économique<sup>159</sup> démontre que deux individus partageant les mêmes caractéristiques individuelles et vivant dans des communes similaires déclareront en moyenne des niveaux de satisfaction et de confiance très significativement différents s'ils ont une intensité de pratiques culturelles qui diffère. En effet, les individus ayant au moins une pratique culturelle déclarent en moyenne 0,39 point de satisfaction supplémentaire (chiffre obtenu en groupant tous les types de consommateurs de sorties culturelles), qui monte jusqu'à 0,64 pour les consommateurs culturels « passionnés », qui correspond au modèle parisien intramuros. L'étude permet d'évaluer un équivalent financier de ce bien-être supplémentaire : effectuer au moins une sortie culturelle (que ce soit des pratiquants occasionnels, réguliers et passionnés) correspond à une augmentation d'environ 1% du revenu disponible du ménage, soit en moyenne, sur l'échantillon, 420 euros par an ou 35 euros par mois. La surfréquentation culturelle à Paris et dans les zones proches constitutives d'une partie du Grand Paris permet d'extrapoler un impact positif, à la fois qualitativement et quantitativement selon cette grille d'équivalence financière.

157/ Saez, Guy (2021) *La gouvernance culturelle des villes. De la décentralisation à la métropolisation*, La Documentation française.

158/ Saz-Salazar, Salvador ; Navarete-Tudela, Ana ; Alcalá Melado, José Ramón ; Saz-Salazar, Daniel Carlos (2019) « On the Use of Life Satisfaction Data for Valuing Cultural Goods: A First Attempt and a Comparison with the Contingent Valuation Method », *Journal of Happiness Studies*, vol. 20, n° 1.

159/ Beuve, Jean ; Péron, Madeleine ; Poux, César (2022) *Culture, bien-être et territoires*, Focus du Conseil d'analyse économique n°079-2022.

160/ Voir le site  
Les Nouveaux  
Commanditaires.

161/ Voir le focus  
qui lui est consacré  
dans l'étude EY  
« En scène »  
déjà citée.

Ces études sont menées en parallèle d'un mouvement d'implication renforcée des populations dans des projets culturels qui peuvent développer certaines compétences et capacités à œuvrer ensemble. On peut citer l'exemple du programme des Nouveaux commanditaires<sup>160</sup>, qui a coordonné depuis 1992 la création de près de 400 œuvres en France dont une trentaine d'œuvres en Île-de-France, en en confiant la commande à des collectifs de citoyens cherchant par l'art à transformer leur environnement ou à défendre une cause. Cette logique de démocratie d'initiative a permis de déployer des projets pour la salle des départs de l'hôpital de Garches, à l'institut Gustave Roussy de Villejuif, ou à l'Institut des Hautes Études Scientifiques de Bures-sur-Yvette. Le programme des Nouveaux commanditaires se veut comme une invitation pour la culture à alimenter un cercle vertueux renforçant la fierté d'appartenance et donc le dynamisme des populations locales, et initiant de nouveaux modes de gouvernance et de modalités d'action dans la société.

**Les événements culturels enfin sont souvent le terreau d'expérimentations sociales, sur différents sujets nourrissant l'inclusivité.** Le Festival Rock en Seine, dans les Hauts-de-Seine<sup>161</sup>, a par exemple depuis sa création permis de tester et de généraliser une billetterie dématérialisée et des technologies de paiement *cashless*. Il a également développé un concept de festival pensé pour les enfants et conçu des modalités d'aménagement pour favoriser les accès aux personnes en situation de handicap, ou encore intégré une approche écoresponsable.



► Muséum national d'Histoire naturelle, Paris



Exposition Gustav Klimt 2018/2019, Atelier des Lumières, Paris

## 4. DEMAIN ET FACE À L'ÉMERGENCE DE NOUVEAUX ACTEURS, CETTE VITALITÉ CULTURELLE ET CRÉATIVE CONSTITUE LE JOKER POUR PERMETTRE AU GRAND PARIS DE CONSERVER SON STATUT DE PLACE FORTE ET D'AVANT-GARDE INNOVANTE

« La culture doit occuper légitimement cette position d'avant-garde que lui assignait déjà Henri de Saint-Simon au début du XIX<sup>e</sup> siècle quand il faisait de l'artiste, de l'ingénieur et de l'entrepreneur les trois héros des temps modernes. »

**Pierre-Michel Menger**, « Les artistes en quantités. Ce que sociologues et économistes s'apprennent sur le travail et les professions artistiques<sup>162</sup> »

La culture et les industries créatives sont un atout culturel, économique et social majeur de l'Île-de-France. Elles auront à ce titre demain un rôle essentiel à jouer pour permettre au Grand Paris de conserver et amplifier son dynamisme économique, son attractivité et sa vitalité. Elles constituent un moteur d'innovation, sous de multiples formes. Elles sont tout d'abord le **terreau de la future créativité, capable de faire se croiser les différents innovateurs, de la science, du savoir et de la technologie, de soutenir les « centaures » et les hybridations nécessaires**. Elles permettent ensuite une réinvention à la fois créative, technique, technologique et sociétale sur le territoire, en en faisant un **laboratoire d'innovation technologique qui accueille les dernières nouveautés**, des NFT à l'intelligence artificielle. Enfin, elles ouvrent la voie à de nouveaux formats et des organisations innovantes, où le collectif peut prendre toute sa place, dans une **approche sociale voire sociétale de l'innovation**.

### La culture : laboratoire et terrain de créativité dans le Grand Paris ?

**L**a culture est par essence le lieu des avant-gardes, des hybridations, de la liberté créative ; un milieu poreux, perméable aux intellectuels, aux acteurs industriels et politiques. Dans quelle mesure la culture est-elle un vecteur et un laboratoire de création et de créativité dans le Grand Paris, pour les entreprises et pour les individus ? Est-elle vecteur d'innovation car les créatifs portent un regard renouvelé et libéré sur le monde, permettant ainsi à chacun d'en questionner les enjeux ? ou parce que leurs processus créatifs peuvent être appliqués, ou du moins servir d'inspiration, à d'autres secteurs de l'innovation ? L'art est-il source d'une nouvelle vision qui enrichit les processus d'innovation et de création ? Ou bien, l'art et la culture, tant qu'ils sont expérimentaux, permettent-ils d'imaginer des solutions pouvant être ensuite appliquées à la sphère économique dans son ensemble ?

162/ Menger, Pierre-Michel (2010) « Les artistes en quantités. Ce que sociologues et économistes s'apprennent sur le travail et les professions artistiques », *Revue d'économie politique*, Vol 120, n°1, pp. 205-236.

163/ Terme emprunté à Gabrielle Halphern : la philosophe souligne la nécessité de repenser nos modalités d'organisation et d'action pour trouver dans les parcours hybrides, qui mêlent plusieurs formations ou métiers, la source des futures innovations et de la créativité. Halphern, Gabrielle (2020) *Tous centaures, éloge de l'hybridation*, Essais, Le Pommier.

164/ Boutaud, Anne-Sophie (2021) « Stockage de données : la révolution sur ADN » *CNRS Le Journal*.

165/ « The arts strong connection with creativity entices the world of economics as their talent can be a source of invention and applied innovation. Historically the link between artists pushing the boundaries and industrial innovation was strong. With the web, social media and cross-convergence in evidence this is becoming true again. »

166/ Landry, Charles (2011) *Creativity, Culture & the City : a question of inter-connection*, North Rhine-Westphalia Ministry of Family, Children, Youth, Culture and Sport, Forum d'Avignon RUHR : ECCE.

167/ 2thinknow, Innovation City Index, cf. adresse du site en fin de document.

Le ministère des Armées fait appel à des auteurs et dessinateurs de science-fiction pour imaginer les menaces futures et la meilleure façon de s'en prémunir (la RED Team) ; des artistes en résidence au CNES réfléchissent à l'appropriation de l'espace et la modification de nos rapports à notre planète ; le projet innovant « Corail Artefact » de l'artiste Jérémy Gobé, cherche, par un protocole de recherche autour de différents matériaux comme la dentelle, à régénérer les coraux dans les océans et contribuer ainsi à la protection de l'environnement ; le CNRS, les archives nationales installées à Pierrefitte et la Bibliothèque Nationale de France mobilisent des codeurs et chercheurs biologistes pour créer un codage sur ADN<sup>164</sup> pour préserver les documents essentiels ; le programme STARTS Residences soutenu par l'Europe, auquel participent l'IRCAM et le CENTQUATRE-PARIS organise des résidences d'artistes et de chercheurs portant des projets de recherche technologique à une échelle inédite : ces illustrations démontrent le **rôle clé des industries créatives et culturelles pour inspirer les innovations techniques, économiques, sociales et sociétales qui vont définir le monde de demain**. Ainsi, comme le souligne Charles Landry, « *Le lien fort des arts et de la créativité attire le monde économique, car le talent des artistes pourrait être une source d'invention et d'innovation appliquée [pour d'autres secteurs]. Historiquement, le lien entre les artistes, repoussant les limites de la créativité, et le monde de l'innovation industrielle était fort. Aujourd'hui, avec le web, les réseaux sociaux et la convergence croisée, cela redevient vrai* »<sup>165,166</sup>.

Illustration du rôle clé de la culture pour l'innovation d'un territoire, l'indice « *Innovation Cities* » réalisé par l'agence d'innovation 2thinknow, donne une place fondamentale aux actifs culturels - au même titre que les infrastructures humaines et les réseaux de marché - pour mesurer le potentiel d'innovation des villes. Sont ainsi quantifiés différents indicateurs, reflets de la vitalité culturelle des villes comme la richesse architecturale ou historique, la diversité de l'offre cinématographique, le nombre et l'attractivité des festivals, la vitalité du marché de l'art etc. Paris, qui semble connaître une perte de vitesse depuis quelques années, se situe actuellement à la dixième place de ce classement<sup>167</sup>.

Dans le Grand Paris, certaines structures permettent de faire vivre et de renforcer ce lien entre créativité artistique et innovation. Ainsi, l'accueil d'artistes par certaines entreprises de service innovantes montre bien une volonté de bénéficier de l'art comme outil de compréhension, de mutation et d'innovation. Les modalités de fonctionnement sont elles aussi innovantes, cassant les séparations habituelles entre monde économique, univers public et art. On pense par exemple au lab du Google art&culture, qui en plus de proposer aux acteurs de la culture d'avoir accès aux solutions technologiques de Google, construit de nouvelles expérimentations technologiques en faisant dialoguer jeunes artistes en résidence et développeurs. Dans le Grand Paris, le programme MAGNETiques est une autre façon d'expérimenter ces liens entre créativité artistique et innovation.

© MIRAN Philippe pour Paris Île-de-France Capitale Économique



De haut en bas, de gauche à droite : Xavier Lépine, Solenne Blanc, Laurent Roturier, Filipe Vilas-Boas, Lek & Sowat, Simon Chaouat, Hélène Guy Lhomme, Souleimen Midouni et Grégoire Ichou

## Focus : les MAGNETiques

Le programme les MAGNETiques mis en place par Paris Île-de-France Capitale Économique, avec le soutien de la Direction Régionale des affaires culturelles d'Île-de-France et l'accompagnement de Beaux Arts Consulting, vise à explorer les liens entre culture, créativité et innovation et le monde de l'entreprise. Cela se traduit par la réalisation de la présente étude sur les liens entre la culture et l'économie, par l'organisation de soirées visant à créer une fertilisation croisée entre les mondes de l'entreprise et de la culture et de la créativité, et par la mise en place d'un programme de résidences d'artistes dans les entreprises du Grand Paris.

Ce projet s'est forgé autour d'une conviction partagée :  **rapprocher les arts créatifs des mondes économiques contemporains est un puissant levier d'innovation et de richesse à l'échelle de tout un territoire**. La création artistique s'inspire et se nourrit de son époque et de son environnement, y compris entrepreneurial. Symétriquement l'entreprise stimule son inventivité et son audace en allant à la rencontre de visions artistiques originales et audacieuses. Le projet propose en ce sens à des artistes un accueil au sein d'entreprises du Grand Paris, qui doivent, aussi, constamment se réinventer, pour une inspiration mutuelle et la création

de nouveaux liens entre toutes les parties concernées (collaborateurs et dirigeants). Les artistes contribuent ainsi à interroger les pratiques et les métiers et les salariés sont exposés à une pratique artistique décalée par rapport à leur quotidien professionnel.

De façon concrète, une douzaine de résidences ont aujourd'hui été mises en place et une saison 2 est en cours de lancement pour l'année 2023/2024. Parmi elles, certaines ont une dimension d'expérimentation technologique et d'application des savoir-faire de l'entreprise à d'autres champs pour les faire évoluer : le collectif de designers **Niveau 0 Atelier à la Société du Grand Paris** s'intéresse aux possibilités de valorisation des terres excavées et de recyclage des matériaux utilisés par l'entreprise ; le plasticien **Stefan Shankland conduit chez ECT** le projet *Experimen-terre*, une série de recherches exploratoires autour du potentiel esthétique des déchets inertes gérés par ECT ; **Hélène Guy Lhomme** s'intéresse à la mise en mouvement d'une vaste pièce de laine cardée grâce aux savoir-faire en robotisation de **Capgemini** en collaboration avec les salariés ; **Natsuko Uchino chez InVivo** quant à elle s'intéresse à l'agriculture à d'autres échelles de production et d'échanges. Certaines résidences portent également un nouveau regard sur les valeurs de l'entreprise accueillante : **le chanteur ténor Grégoire Ichou et le harpiste Vincent Buffin** ont pu construire, **dans les locaux de la Société Générale**, un spectacle musical autour de la question du genre ; le **photographe Manolo Mylonas cherche à la Société du Grand Paris** à porter un nouveau regard sur la question de la prévention du risque, qui est clé pour l'entreprise ; **Filipe Vilas-Boas chez Foliateam** construit un projet en lien avec la question des données numériques en se nourrissant d'entretiens avec les collaborateurs ; pour **Laëtitia Badaut Haussmann chez les architectes Franklin Azzi**, il s'agit de s'intéresser à l'architecture féministe, comment la définir, la penser, l'imaginer... D'autres résidences sont pour les artistes des lieux de recherche et de création, un temps long privilégié, c'est le cas notamment pour **SMITH chez Linklaters** qui en a profité pour avancer sur son projet DAMI une série de photographies à la caméra thermique en collaboration avec un artisan néoniste et échanger avec les collaborateurs afin de rendre son art plus accessible. Enfin, certaines résidences sont motivées par la recherche de synergies et de résonances entre l'activité de l'entreprise et celle de l'artiste accueilli, comme par exemple, au sein de **l'étude notariale Cheuvreux qui accueille l'artiste plasticien et poète Alex Cecchetti** : il s'agit d'inviter les collaborateurs à réfléchir autour des potentialités de l'écriture poétique, l'écriture étant très liée au métier du notariat ou encore la **chorégraphe Cecilia Bengolea avec IFF** qui cherche à voir si les parfums et les fragrances peuvent être influencés par les ondes musicales.

## Par la culture, l'Île-de-France se place à la pointe de l'innovation technologique

**L**e secteur culturel est un univers d'économie de prototype, s'opposant par là même aux standards de production à l'ère de l'industrialisation. Il recherche l'expérimentation - qu'on retrouve dans de nombreux modèles, par exemple dans le principe de fonctionnement de l'incubateur du patrimoine au Centre des monuments nationaux ou du 104factory, qui donnent un « terrain de jeu » pour faire se rencontrer les innovations et leurs potentiels futurs acheteurs. **Le secteur a souvent été mobilisé comme « bac à sable » pour de nombreuses technologies, de la numérisation à la création 3D, en passant par les usages de l'intelligence artificielle.** Sur ces dernières technologies, le marché est désormais mûr et on peut souligner la présence d'acteurs du Grand Paris dans cet univers. Sur la création par intelligence artificielle, on peut citer le collectif Obvious<sup>168</sup>, qui vit et travaille à Paris, reconnu comme le pionnier français de la création d'art par intelligence artificielle, à l'origine de la première vente aux enchères majeure d'une œuvre d'art créée à l'aide de l'intelligence artificielle chez Christie's en 2018. Nommés en 2020 parmi les « 30 Under 30 » par Forbes, ils sont désormais des artistes représentés par la galerie Danysz, créée à Paris et possédant des antennes à Shanghai et Londres. Ce collectif constitue un excellent exemple de cette **complémentarité entre différents mondes de l'art parisiens** et de l'alliance entre marché de l'art, technologie et créativité, avec un ancrage local pour un impact international.

En Île-de-France et plus particulièrement à Paris, les NFT en sont un autre exemple emblématique, **Paris se positionnant comme un pôle d'avant-garde dans ce secteur innovant et prometteur économiquement, à l'échelle européenne et internationale.** Les jetons non-fongibles (NFT) sont des certificats d'authenticité utilisés pour prouver la propriété et la rareté d'actifs numériques grâce à la technologie blockchain. S'ils sont aujourd'hui employés dans une multitude de secteurs de l'économie, comme le luxe ou la grande distribution, les NFT se sont d'abord développés dans les industries culturelles et créatives. En effet, si la paternité des NFT est difficile à établir, il semblerait que l'œuvre *Quantum* de l'artiste new yorkais Kevin McCoy soit la première œuvre à s'être vu associer un certificat de propriété. Les NFT connaissent par ailleurs un véritable essor dans les secteurs artistiques et les industries créatives, comme les jeux vidéo, le marché de l'art ou encore la mode. L'extension de leur usage à d'autres champs de l'économie témoigne ainsi de la **capacité du secteur culturel et créatif à servir de laboratoire pour de nouvelles solutions utilisées ensuite plus largement dans l'économie.**

<sup>168</sup> OBVIOUS (2020) *Manifesto*, cf. adresse du site en fin de document.

169/ Malgré une baisse de valeur notée durant l'été 2022 sur la plateforme OpenSea (que les experts attribuent également à une sortie de la bulle spéculative), cf. adresse du site de la plateforme en fin de document.

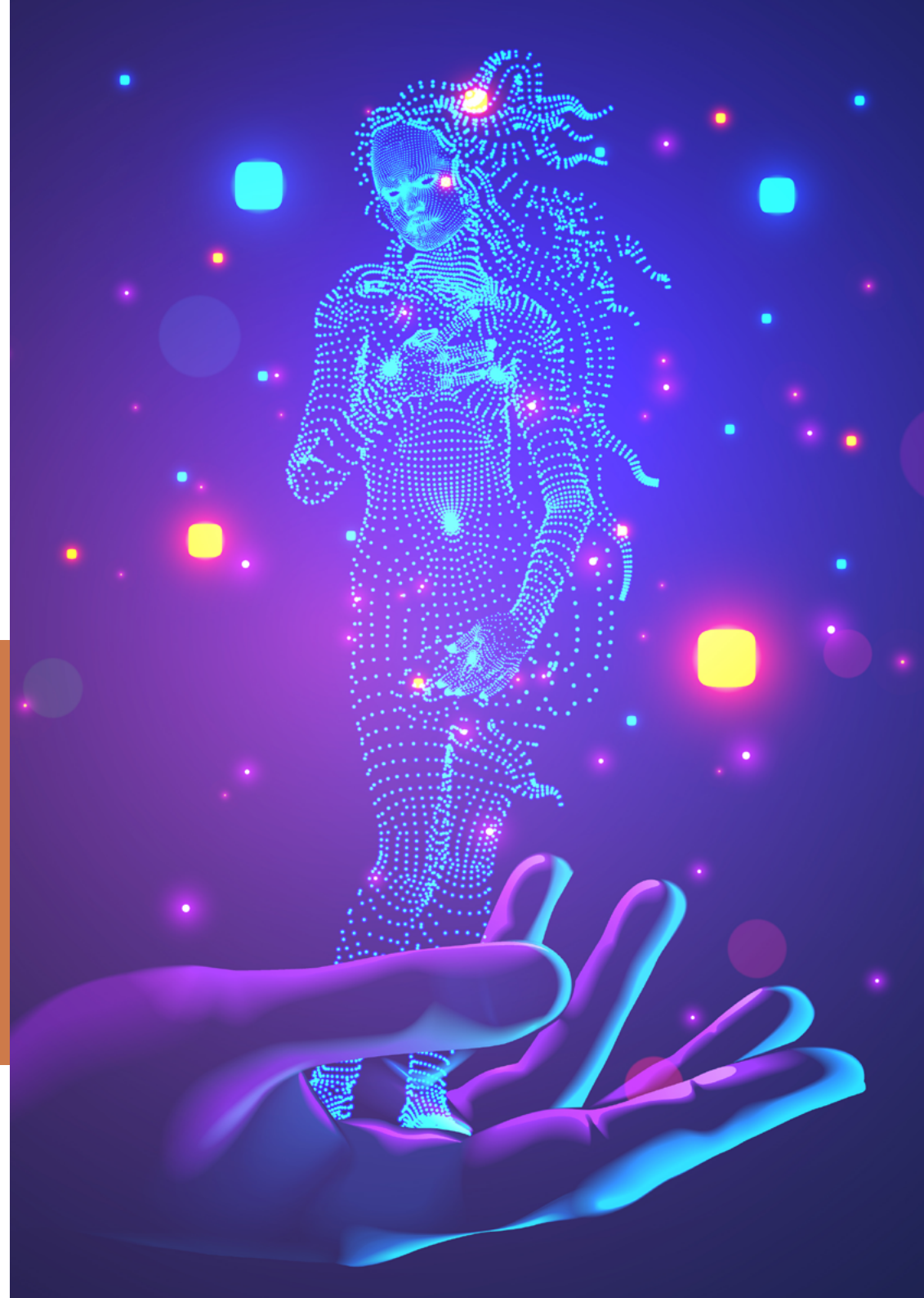
169/ Knafo, Illan (2022) « NFT : la France en passe de devenir l'épicentre européen ? », *Les Echos Start*.

Aujourd'hui, les NFT sont un marché véritablement porteur à travers le monde, comme le prouve l'ampleur du volume des échanges générés en quelques années<sup>169</sup>. Paris, qui n'est pourtant pas le lieu historique du développement de cette technologie, semble se positionner comme le centre de gravité de cette dernière, grâce notamment à la vitalité culturelle globale du Grand Paris, comme le souligne Adrien Magdeleine, cofondateur du jeu NFT Dogami, qui a levé 6 millions de dollars auprès d'Ubisoft et du fonds XAnge : « *Les États-Unis et l'Asie auront toujours un temps d'avance, mais je pense que la France a de véritables atouts pour devenir la place leader en Europe. Nous sommes performants en art, musique et jeux vidéo, et les premiers projets NFT sont basés sur ces secteurs, donc nous avons une vraie opportunité de nous imposer*<sup>170</sup> ». L'ouverture à l'automne 2022 de la NFT Factory, qui rassemble sur 400 m<sup>2</sup> un collectif de près de 130 leaders de la tech, de la cryptomonnaie, des artistes et des dirigeants d'entreprise, à Paris, face au Centre Pompidou, pour faire connaître les NFT au grand public et fédérer l'écosystème francilien, témoigne de la bonne santé de ce marché à Paris, tout comme d'ailleurs le choix de Sotheby's d'implanter son activité NFT dans la capitale.

## CHIFFRES CLÉS

### Les NFT, un marché porteur et innovant, au croisement de l'art et de l'économie, bien implanté dans le Grand Paris

- 24,9 milliards de dollars de ventes de NFT en 2021.
- 680 millions de dollars levés par la start-up francilienne Sorare, qui conçoit un jeu de simulation sportive en NFT en septembre 2021.
- 500 participants à la première édition de NFT Paris à Station F en janvier 2022, 1 800 à la seconde édition au Grand palais Ephémère en janvier 2023.





© marcoverch

© DR

**L'ŒIL DE L'EXPERT**  
**MICHAEL BOUHANNA,**  
 Vice-Président spécialiste de l'art  
 contemporain et Directeur monde  
 des ventes d'art digital et NFT  
 chez Sotheby's

Chez Sotheby's les ventes de NFT sont historiquement gérées depuis New York. Sotheby's possède plusieurs bureaux en Europe, mais nous avons choisi d'implanter l'activité, initialement basée à Londres, à Paris parce que l'écosystème y est plus favorable. Les ventes NFT et la stratégie dédiée à l'Europe sont maintenant localisées à Paris.

**Paris dispose en effet d'infrastructures, d'une communauté vibrante et de tout un écosystème favorable au développement des NFT et de la crypto à Paris :** énormément d'artistes – y compris des artistes reconnus internationalement dans le NFT – des collectionneurs, des fonds d'investissement, des plateformes de *crypto exchange* ou de développement de métavers comme *The Sandbox*, des événements comme le *NFT Day* et des entreprises qui peuvent être sponsors. Londres possède également une communauté, mais elle est moins vibrante.

Dans l'art contemporain, il y a également une dynamique forte à Paris, notamment avec l'arrivée des galeries Gagosian, Zwirner, Hauser & Wirth, qui étaient à l'origine implantées à Londres et qui ont ouvert une antenne à Paris à la suite du Brexit. De même, l'arrivée d'Art Basel à Paris, avec le lancement de Paris+ by Art Basel en octobre, est un signal assez fort : c'est un rendez-vous international.

**Cela est important, car dynamique artistique et attractivité économique sont directement liées : toutes les entreprises se battent pour avoir de la visibilité dans les grands événements NFT.**

## En prise directe avec les enjeux d'actualité, le secteur artistique et culturel sert de lieu d'expérimentation d'innovations sociales

170/ Knafo, Illan, "NFT: La France en passe de devenir l'épicentre européen ?", *Les Echos Start*, 14 janvier 2022.

171 / Musée consacré à l'économie, situé dans le 17<sup>e</sup> arrondissement de Paris et mis en place par la Banque de France.

172 / Voir le site de We Love Green, cf. adresse en fin de document.

Le secteur artistique et culturel sert de lieu d'expérimentation de certaines innovations sociales en s'emparant d'enjeux particulièrement en prise avec l'actualité, comme les questions de durabilité, d'inclusion, d'égalité et de diversité. Les incubateurs de start-ups culturelles y consacrent de nombreux projets, comme par exemple le projet Culture Impact du 104Factory, un laboratoire de transition écologique dans la culture, le Programme Source, centré sur les femmes créatrices d'entreprises culturelles chez Creatis, ou le projet tiers-lieux en développement au sein de l'incubateur du patrimoine. L'exemple de la foire Art Paris, qui accueille plus de 68 000 visiteurs de 45 pays et 130 exposants, est également à ce titre emblématique : en 2022, la foire décide d'adopter une démarche pionnière d'éco-conception exigeante, notamment dans le choix des matériaux, le choix des prestataires, partenaires et fournisseurs, la gestion de la consommation énergétique ou la gestion des déchets.

Le bouillonnement intellectuel et activiste suscité par les acteurs culturels permet de **semmer des graines d'innovation dans l'ensemble du tissu des territoires** et chez les acteurs économiques. Par exemple le projet du « Palais Durable » mis en place à partir de 2021 par le Palais de Tokyo comprend un club de plus de 10 mécènes engagés autour des enjeux de durabilité (Club Art & Écologie) et autour des enjeux sociétaux (Club Art & Société). De la même façon, le programme de privatisations de Citéco<sup>171</sup>, en proposant aux entreprises de construire des événements écoresponsables, incite les entreprises à s'interroger, via l'événementiel, sur leur impact environnemental. Le festival qui se tient dans le bois de Vincennes, We Love Green, certifié écoresponsable, se présente comme un « *laboratoire d'expérimentation de solutions de développement durable pour le secteur événementiel et le spectacle vivant* »<sup>172</sup>. Par l'implication de toutes ses parties prenantes (artistes, restaurateurs, bénévoles, partenaires et prestataires), il parvient à faire bouger l'ensemble de la chaîne de valeur. Les modalités de travail et de préparation du festival sont elles aussi innovantes et s'appuient sur de nombreux appels à projets auprès de designers, jeunes professionnels ou étudiants. En 2019, il a reçu le prix de la meilleure sensibilisation environnementale aux International AGF Awards. De la même manière, la Réserve des Arts, créée en 2008, cherche avec son entrepôt de 3 000 m<sup>2</sup> situé à Pantin depuis 2014, « à accompagner les professionnels du secteur de la culture, de la création et de l'artisanat dans l'appropriation

des pratiques de l'économie circulaire et le réemploi de matériaux<sup>173</sup>», afin de soutenir le virage écoresponsable du secteur en inventant de nouveaux modèles économiques et sociaux.

Le monde de la culture et des industries créatives, des NFT au festival écoresponsable, montre à quel point ce secteur propose dans son ensemble de nouvelles méthodes, de nouveaux horizons, au service d'une innovation partagée, bénéfique pour l'ensemble des secteurs d'activité et du territoire grand-parisien.

173/ Voir le site La Réserve des Arts, cf. adresse en fin de document.



► Festival We Love Green 2019 au Bois de Vincennes, Paris



## CONCLUSION

### Un secteur culturel et créatif creuset essentiel d'innovation et d'attractivité pour le Grand Paris, un atout sur lequel capitaliser

La culture et les industries culturelles sont l'un des poumons essentiels du Grand Paris : acteur économique dynamique, source d'externalités positives, employeur majeur, ce secteur, dont les racines historiques sont solides, constitue également un investissement d'avenir pour le territoire.

Des musées aux festivals, dans l'ère post-Covid, les lieux culturels se réinventent pour embrasser les enjeux sociétaux, de la diversité à l'écoresponsabilité et créent des hybridations entre lieux, habitants et entreprises.

Trait d'union entre modernité historique et invention de l'avenir, des artistes créateurs en exil aux inventeurs du NFT, le Grand Paris est une terre d'accueil et de renouveau pour les acteurs culturels. La culture joue le rôle d'accélérateur de développement et démontre le lien fort entre culture et attraction.

Reste à entretenir cette dynamique. Quelques pistes d'action peuvent contribuer à maintenir et développer ce secteur : mieux le connaître pour mieux le soutenir, à travers des panoramas sectoriels, des enquêtes et des études d'impact réguliers<sup>174</sup> ; le préserver comme un secteur d'investissement durable, en le soutenant financièrement et en facilitant les expérimentations qu'il fait naître; enfin, capitaliser sur la richesse essentielle du secteur, ces hommes et ces femmes de culture, qui par leur expertise et leur créativité alimentent son rayonnement et son renouvellement permanent. Ces quelques orientations permettront peut-être de voir émerger un « effet » ou une « méthode » Grand Paris, où le pari sur la culture et les industries culturelles sera le ciment des développements d'avenir du territoire.

<sup>174/</sup> Il n'existe pas d'observatoire permettant de consolider des données sur la vitalité culturelle et créative du Grand Paris et sur le poids économique des industries culturelles et créatives dans le Grand Paris, même si le travail de l'Apur constitue un pas en avant très significatif sur ce premier point.



## REMERCIEMENTS

Apur, et notamment Patricia Pelloux,  
*pour l'aimable utilisation de leur atlas*

Margherita Balzerani,  
*Directrice du Louvre-Lens Vallée*

Rémi Bergues,  
*Directeur de Film Paris Region*

Marialya Bestougeff,  
*Directrice de l'innovation du CENTQUATRE-Paris*

Michael Bouhanna,  
*Directeur, spécialiste de l'art contemporain  
et co-directeur des ventes d'art digital chez Sotheby's*

Angelo Gopee,  
*Managing Director, Live Nation France*

Blanche de Lestrangle,  
*Directrice Artistique de la Fondation Art Explora*

Marc Lhermitte,  
*Partner, EY*

Alexandre Missoffe,  
*Ancien Directeur général de Paris Île-de-France Capitale Économique  
Directeur Général Délégué, CCI Paris*

David Monteau,  
*Directeur de l'attractivité, du développement de l'économie  
et du numérique, Métropole du Grand Paris*

Déborah Papiernik,  
*Senior Vice-Président New Business, Ubisoft*

Marion Papillon,  
*Directrice du Comité Professionnel des Galeries d'Art et Galeriste*

Joachim Pflieger,  
*Directeur du fonds de dotation Ambition Saint-Denis*

Mélanie de Riberolles,  
*New Business Director, Ubisoft*

Laurent Roturier,  
*Directeur Régional des Affaires Culturelles Île-de-France*



## BIBLIOGRAPHIE

Abrams, Amah-Rose; Renault, Stéphane, « Comment la foire Paris+ va-t-elle changer la scène artistique française ? », *The Art Newspaper*, 21 octobre 2022.

Acs, Marie ; Fauret, Camille ; Tissot, Ivan (2021) « L'Île-de-France : terre de cadres jeunes et diplômés », *Insee Analyses Île-de-France*, n°131.

Ambrosino, Charles ; Guillon, Vincent (2010) « Les trois approches de la ville créative : gouverner, consommer et produire », *L'Observatoire*, 2010/1, n°36.

Ambrosino, Charles (2018) « Ville créative et renaissance urbaine. Retour sur la genèse intellectuelle d'un modèle urbain du XX<sup>e</sup> siècle », *Riurba* 2018, n°6.

André, Isabel ; Carmo, André (2010) « Régions et villes socialement créatives. Etude appliquée à la Péninsule ibérique », *Innovations*, 2010/3, n°33.

Apur (2015) *Grand Paris Express et lieux culturels*.

Apur (2022) *Atlas des lieux culturels du Grand Paris*.

Azimi, Roxana "Sur le marché de l'art, Paris prend l'avantage sur Londres", *Le Monde*, 18 octobre 2022.

Baudelle, Guy ; Krauss, Gerhard ; Polo, Jean-François (dir.) (2015) *Musée d'art et développement territorial*, Espace et Territoires, Presses Universitaires de Rennes.

Bellet, Harry, "Arts : le pari réussi de la foire Paris+", *Le Monde*, 20 octobre 2022.

Benhamou, Françoise « Les acteurs du champ culturel ont trop peu mis en avant ce qu'ils apportent à l'économie et à la société », *Le Monde*, 8 janvier 2021.

Berkowicz, Sylvie, « Austin, boom économique et nouveau visage », *The Good Life*, 13 mars 2020.

Beuve, Jean ; Péron, Madeleine ; Poux, César (2022) *Culture, bien-être et territoires*, Focus du Conseil d'analyse économique n°079-2022.

Bernard, Sophie, « Paris Photo et Approche, la photographie à l'heure du bilan », *Gazette Drouot*, 24 novembre 2022.

Boutaud, Anne-Sophie (2021) « Stockage de données : la révolution sur ADN », *CNRS Le Journal*.

Bourlès, Ludovic ; Nicolas, Yann ; Fournier, Malou (2022) « Les ménages consacrent en moyenne 4 % de leur budget annuel à l'achat de biens et services culturels », *France, portrait social*, Insee Références, Édition 2022.

« Communiqué de presse – Ask Mona lève 2 millions d'euros et met l'Intelligence Artificielle au service des institutions culturelles », *BPI France*, 30 septembre 2021.

Brewster, Will, « Believe successfully raises €300m in Paris IPO », *The Music Network*, 10 juin 2021.

Camors, Carine ; Soulard, Odile (2015) *L'écosystème créatif en Île-de-France*, Institut Paris Region.

Camors, Carine ; Soulard, Odile (2015) *Lieux culturels et valorisation du territoire, Tome 1. Tour d'horizon international*, Institut Paris Region.

Camors, Carine ; Soulard, Odile ; Le Fillâtre, Cécile ; Martin, Jean-Philippe (2021) *Emploi culturel de l'Île-de-France*, Note Rapide de l'Institut Paris Region, n°898.

CENTQUATRE-Paris (2019), *Rapport d'activité 2019*.

Centre National de la Musique (2021) *La diffusion des spectacles de musiques actuelles et de variétés en France, chiffres synthétiques 2019, principales évolutions 2017-2020*.

Charle, Christophe ; Roche, Daniel (dir.) (2002) *Capitales Culturelles, Capitales Symboliques, Paris et les expériences européennes*, Editions de la Sorbonne, Paris.

Charle, Christophe (2021) *Paris, capitales des XIX<sup>e</sup> siècles*, Le Seuil, Points Histoire.

Conseil National de l'Ordre des Architectes (2020), *Archigraphie*.

CNC (2018) *L'impact des tournages sur le tourisme*, Tournage et tourisme : de nouvelles opportunités pour les territoires, Paris Images Trade Show.

CNC (2021) *Etude de besoin France 2030 Studios et formation - Studios de tournage*.

Comité Régional du Tourisme Paris Île-de-France (2019) *L'offre culturelle et de loisirs à Paris Île-de-France*.

Comité Régional du Tourisme Paris Île-de-France (2020) *Bilan de l'activité touristique 2019 à Paris Île-de-France*.

Cusin, Julien ; Ducros-Passebois, Juliette (2016) « L'équipement culturel amiral pour (re)positionner l'image d'une ville : quoi de neuf depuis Bilbao ? Etude des cas de Lens

et de Bordeaux », *Revue Française du Marketing*, 255.

Deloitte (2021) *Global powers of luxury goods*.

De Paola, Florian, « Paris classée première destination touristique mondiale », *L'Echo Touristique*, 21 décembre 2022.

Département des études, de la prospective, des statistiques et de la documentation du ministère de la Culture (2018) *Pratiques culturelles des Français - 2018*.

Département des études, de la prospective, des statistiques et de la documentation du ministère de la Culture (2018) *Atlas régional de la culture - Île-de-France*, Paris.

Département des études, de la prospective, des statistiques et de la documentation du ministère de la Culture (2020) « Île-de-France, portrait culturel », *Atlas Culture des territoires*.

Département des études, de la prospective, des statistiques et de la documentation du ministère de la Culture (2021) *Chiffres clés 2020 - Statistiques de la culture et de la communication*.

Deschamps, Thomas (2020) *Les sites culturels à Paris*, Observatoire économique du tourisme parisien, Office du tourisme et des congrès de Paris.

Dichary, Elsa, « Fréquentation record en France pour l'expo Toutankhamon », *Les Echos*, 3 septembre 2019.

Economist Intelligence Unit (2022) *The Global Liveability Index*.

Euralens (2015) *Louvre-Lens, Chiffres clés et impacts*, livret Euralens n°7.

Eurostat (2021) « Cultural Employment », *Culture statistics - 2019 édition*.

EY (2017) *En Scène ! La contribution du spectacle musical et de variété à l'économie française*.

EY et France Créative (2019) *L'économie mosaïque, 3<sup>e</sup> Panorama des Industries Culturelles et Créatives en France*.

Florida, Richard (2002) *The Rise of the Creative Class : And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, Basic books.

Florida, Richard (2004) *The flight of the creative class, the new global competition for talent*, Harper Business.

Florida, Richard ; Mellander Charlotta ; King, Karen (2015) *The Global Creativity Index*, The Martin Prosperity Institute.

Gadbois, Emma (2020) *Annuaire des résidences en Île-de-France*, Réseau Actes if.

Galal, Hazem ; Raymond, Peter ; de Haas, Egon ; Stuesson, Jan (2016), *Cities of opportunity*, PricewaterhouseCoopers.

Gérard, Magalie ; Hauset, Morgane ; Belaghene, Yanis (2021) *Les pratiques culturelles des Français après la crise sanitaire - Bilan à la fin de l'été 2021*, Harris Interactive pour le ministère de la Culture.

Gualbert, Bénédicte (2022) « Paris Capitale de la Mode, entraîne dans son sillage toute la filière création-mode-design d'Île-de-France », *Cahiers du CROCIS* n°43.

Gravari-Barbas, Maria (2013) *Aménager la ville par la culture et le tourisme*, coll. « Ville-aménagement », éditions Le Moniteur.

Grefre, Xavier (2010), « Introduction : l'économie de la culture est-elle particulière ? », *Revue d'économie politique*, 2010/1, vol.120.

Grésillon, Boris, « Marseille-Provence 2013, analyse multiscalaire d'une capitale européenne de la culture », *Géoconfluences*, novembre 2013.

Halpém, Gabrielle (2020) *Tous centaures, éloge de l'hybridation*, Essais, Le Pommier.

Hearn, Steven ; Saby, Olivier (2014) *Rapport sur le développement de l'entrepreneuriat dans le secteur culturel en France*, ministère de l'Économie, du redressement productif et du numérique.

Hel Guedj, Johan-Frederik, « 25 ans plus tard « l'effet Bilbao » est intact », *L'Echo*, 26 novembre 2022.

Hernborg, Axel, « Tourisme à Londres - Statistiques, chiffres et tendances », *Tripplo*, 28 juin 2022.

Ineum Consulting, (2009) *La culture, enjeu économique ou symbolique pour le développement des territoires*, Forum d'Avignon, Culture, économie, médias.

Ineum Consulting (2010) *Culture et performance économique : Quelles stratégies pour l'emploi et le développement des territoires ?* Forum d'Avignon 2010.

Insee (2018) *L'Île-de-France, première région française de l'économie culturelle*, Insee Analyses Île-de-France n°82.

Insee (2020) *Recensement 2017*.

Insee (2021) *La culture diversement impactée par la crise liée à la COVID-19 en Île-de-France* (Données 2017), Insee Analyses Île-de-France, N°139.

Institut Français de la Mode (2016) *Les Chiffes clés de la mode*.

Jacques, Maud (2020) « Les quartiers culturels et créatifs, leviers de redynamisation territoriale », *Note Rapide Économie*, N°831, Institut Paris Region.

Janicot, Daniel (2013) *La dimension culturelle du Grand Paris : rapport au président de la République*, La Documentation française.

Kancel, Serge ; Itty, Jérôme ; Weill, Morgane ; Durieux, Bruno (2013) *L'apport de la culture à l'économie en France*, Inspection Générale des Finances et Inspection Générale des Affaires Culturelles.

Knafo, Illan, « NFT: La France en passe de devenir l'épicentre européen ? », *Les Echos Start*, 14 janvier 2022.

Komorowski, Marlen (2020) *L'impact économique des industries culturelles et créatives dans la Région de Bruxelles-Capitale*, hub-brussels.

Labadi, Sophia (2016) *L'impact de la culture en Europe : Evaluation des impacts socio-économiques de projet de régénération culturelle*, Coll. Gestion de la culture, l'Harmattan.

Lainé, Linda, « Dubaï : plus de 7 millions de visiteurs étrangers en 2021 », *L'Echo Touristique*, 13 février 2022.

Landry, Charles (1995) *The Creative City : a toolkit for Urban Innovators*, Routeledge.

Landry, Charles (2011) *Creativity, Culture & the City : a question of interconnection*, North Rhine-Westphalia Ministry of Family, Children, Youth, Culture and Sport, Forum d'Avignon RUHR : ECCE.

Leclerc, Yvon (2017) « Le développement local par la culture : cinq propositions pour des villes culturelles », *Governance Review*, Volume 14, n°2.

« À Paris, un nombre record de jours de tourisme en 2021 », *Le Figaro*, 6 février 2022.

Lohmeyer, Rudolph ; Buckstaff, Brenna « Readiness for the storm: the 2022 Global Cities Report », Kearney.

Louvre-Lens (2008) *Projet scientifique et culturel*.

Lusso, Bruno (2015) « Régénération culturelle et développement de clusters créatifs : l'exemple de l'agglomération du Grand Manchester », *Géographie, économie et société*, 2015/1, Vol. 17.

McAdams, Michael (2007) « Global cities as Centers of Cultural Influence : A focus on Istanbul, Turkey » *Transtext(e)s Transcultures*, 3/2007.

Maison des artistes (2019) *Rapport d'activité*.

Martin Bernard, Frédéric (2020) « Paris, l'incontournable épicentre de la mode », *Les Echos*, 13 mars 2020.

Menger, Pierre-Michel (2010) « Les artistes en quantités. Ce que sociologues et économistes s'apprennent sur le travail et les professions artistiques », *Revue d'économie politique*, Vol 120, n°1.

Mercer (2019) *Quality of Living city ranking*.

Michel, Basile (2020) « Les dessous de la ville créative à Nantes : les quartiers de la création in et off », in Madoré F. et Rivière J. (dir.) *Atlas social de la métropole nantaise. Au-delà de la ville attractive*, Nantes : Laboratoire Espaces et Sociétés.

Millery, Edwige ; Delvainquière, Jean-Cédric ; Picard, Sébastien (2022) *Atlas Culture : dynamiques et disparités territoriales culturelles en France*, Coll. Culture Études, 2022/3.

Ministère de la Culture (2013) « La culture, un secteur stratégique de l'économie », Actualités.

Montalto, Valentina ; Tacao Moura, Carlos Jorge ; Alberti, Valentina ; Panella, Francesco et par ; Saisana, Michaela (2019) *The Cultural and Creative Cities Monitor : 2019 edition*, Publications Office of the European Union, Luxembourg.

Montalto, Valentina ; Tacao Moura, Carlos Jorge ; Langedijk, Sven ; Saisana, Michaela (2019) « Culture counts: An empirical approach to measure the cultural and creative vitality of European cities », *Cities*, Vol. 89.

Moulaert, Frank ; Demuyne, Hilde ; Nussbaumer, Jacques (2004) « Urban renaissance: from physical beautification to social empowerment. Lessons from Bruges - Cultural Capital Europe 2002 », *City*, vol. 8, n°2.

Musée du Louvre (2019) *Rapport d'activité*.

Musée Guggenheim Bilbao (2002), *Communiqué de presse pour l'exposition « Paris : Capitale des Arts, 1900-1968 »*.

National Governors Association (2012) *New Engines of Growth Five Roles for Arts, Culture and Design*.

Nogue, Nicolas, (2010) *Les Architectes étrangers en France*, Conseil National de l'Ordre des Architectes.

Observatoire de la création d'entreprise (2020) *Création d'entreprises en Île-de-France*, Bpifrance Création.

OBVIOUS (2020) *Manifesto*.

Musée de l'Histoire et de l'Immigration (2022) *Communiqué de presse pour l'exposition « Paris et nulle part ailleurs, 24 artistes étrangers à Paris. 1945-1972 »*.

Paris-Île-de-France Capitale Économique et par ; EY (2014) *Paris-Île-de-France dans la course mondiale des métropoles pour attirer et retenir les talents*.

Pierre-Marie, Emmanuelle ; Cabinet Nelly Rodi (2016) *La mode & le design à Paris - Métiers, événements, lieux*, Apur.

Pietrzyk, Nicolas (2022) « Le poids économique direct de la culture en 2020 », *Culture chiffres*, n°1.

Prager, Jean-Claude (2015) La dynamique économique des territoires, une introduction, *Revue de l'OFCE*, 2015/7, n°143.

Prochasson, Christophe (1999) « Paris 1900. Quand la culture construit l'espace », *Avants et avant-gardes en France XIX<sup>e</sup>-XX<sup>e</sup> siècles. Hommage à Madeleine Rebérioux*, dir. Fridenson Patrick. La Découverte.

Raim, Laura (2016) « Ce que lisent, écoutent et collectionnent les grands patrons, En quête de la culture du CAC 40 », *Revue du crieur*, 2016/2, n°4.

Reneaume, Joséphine; Guyet, Pauline, « Paris devient la destination la plus recherchée par les voyageurs pour cet automne », *Actualités Booking.com*, 6 octobre 2022.

Rérolle, Raphaëlle, « La déflagration Gugenheim », *Le Monde*, 29 août 2013.

Robert, Martine, « Culture : les festivals pas tous égaux face au Covid », *Les Échos*, 26 mars 2021.

Saez, Guy (2014) « La métropolisation de la culture », CNRS, *Cahiers Français* n°382.

Saez, Guy (2021) *La gouvernance culturelle des villes. De la décentralisation à la métropolisation*, La Documentation française.

Saz-Salazar, Salvador ; Navarete-Tudela, Ana ; Alcalá Mellado, José Ramón ; Saz-Salazar, Daniel Carlos ; Saz Salazar, Daniel, Carlos (2019) « On the Use of Life Satisfaction Data for Valuing Cultural Goods: A First Attempt and a Comparison with the Contingent Valuation Method », *Journal of Happiness Studies*, vol. 20, n° 1.

Scott, Allen J (2010) « Creative cities : the role of culture », *Revue d'économie politique*, 2010/1, vol. 120.

Sechi Giovanni (2016) « Les dessous de la ville créative : Saint-Etienne, entre modèles théoriques et pratique », *EchoGéo* [En ligne], n°36.

Sharpe, Emily; Da Silva, José, "Art's Most Popular: here are 2019's most visited shows and museums", *The Art Newspaper*, 31 mars 2020.

Siritzky, Serge (2019) *Les studios de tournage, un enjeu primordial pour la production en France*, rapport au CNC et à Film France.

Syndicat National du Jeu Vidéo (2021) *Baromètre annuel du jeu vidéo en France*.

TERA consultant (2011) *L'impact des dépenses culturelles des villes*, Forum d'Avignon.

Turner, Laure (2021) *Le poids économique direct de la culture en 2019*, Coll. Culture chiffres.

Unesco et par ; La Banque Mondiale (2021) *Cities, Culture, Creativity, Leveraging culture and creativity for sustainable urban development and inclusive growth*.

Unesco-ISU (2009) *Le cadre de l'Unesco pour les statistiques culturelles (CSC) 2009*.

Van der Borg, Jan ; Russo, Antonio Paolo (2005) *The impacts of culture on the economics development of cities*, European Institute for Comparative Urban research, Erasmus University Rotterdam.

Vincent, Frédéric (2016) *L'artiste-curateur. Entre création, diffusion, dispositif et lieux*, Thèse de doctorat en art et histoire de l'art, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, Paris I.

Vivant, Elsa (2009) *Qu'est-ce que la ville créative ?* coll. La Ville en débat, PUF.

Waits, Mary Jo (2014) « Five roles for arts, culture, and design in economic development », *Community Development Investment Review*, Federal Reserve Bank of San Francisco.

World Cities Culture Forum (2018) *World Cities Culture Report*.

World Intellectual Property Organization (2022) *Global Innovation Index*.

## Adresses des articles et des sites consultés sur internet :

2thinknow - Innovation Cities  
[www.innovation-cities.com/innovation-cities-index-2022-2023-global-100-top-innovative-cities/26454/](http://www.innovation-cities.com/innovation-cities-index-2022-2023-global-100-top-innovative-cities/26454/)

Affluences  
[www.pro.affluences.com/a-propos](http://www.pro.affluences.com/a-propos)

Ateliers Medicis  
[www.ateliersmedicis.fr](http://www.ateliersmedicis.fr)

Bounce  
[www.usebounce.com/blog/europes-most-cultured-cities](http://www.usebounce.com/blog/europes-most-cultured-cities)

BPI France  
<https://presse.bpifrance.fr/ask-mona-leve-2-millions-deuros-et-met-lintelligence-artificielle-au-service-des-institutions-culturelles/>

CNT Travellers  
[www.cntraveler.com](http://www.cntraveler.com)

Dubaï Culture  
[dubaiculture.gov.ae/en/about-us/Strategy](http://dubaiculture.gov.ae/en/about-us/Strategy)

Enlarge Your Paris  
[www.enlargeyourparis.fr](http://www.enlargeyourparis.fr)

Film-documentaire.fr  
[www.film-documentaire.fr/4DACTION/w\\_fiche\\_film/15004\\_0](http://www.film-documentaire.fr/4DACTION/w_fiche_film/15004_0)

Fondation des Artistes  
[www.fondationdesartistes.fr/missions/attribuer-un-atelier/](http://www.fondationdesartistes.fr/missions/attribuer-un-atelier/)

Fondation EY  
[www.fondation-ey.com/projets/la-reserve-des-arts/](http://www.fondation-ey.com/projets/la-reserve-des-arts/)

Forum Entreprendre  
[forumentreprendre.culture.gouv.fr/](http://forumentreprendre.culture.gouv.fr/)

FoRTE  
[www.iledefrance.fr/forte-encourage-les-talents-emergents-dile-de-france](http://www.iledefrance.fr/forte-encourage-les-talents-emergents-dile-de-france)

Get Agent  
[getagent.co.uk](http://getagent.co.uk)

Inkifi  
<https://inkifi.com/most-creative-cities/>

Insider  
[www.insider.com](http://www.insider.com)

Institut Français  
[www.pro.institutfrancais.com/fr/offre/saisons](http://www.pro.institutfrancais.com/fr/offre/saisons)

La Ferme du Buisson  
[www.lafermedubuisson.com](http://www.lafermedubuisson.com)

Le blog du modérateur  
[www.blogdumoderateur.com](http://www.blogdumoderateur.com)

L'Echo Touristique  
[www.lechotouristique.com](http://www.lechotouristique.com)

Le French Design  
[www.lefrenchdesign.org](http://www.lefrenchdesign.org)

Le Monde  
[lemonde.fr](http://lemonde.fr)

Ministère de la Culture  
[www.culture.gouv.fr/Actualites/La-culture-un-secteur-strategique-de-l-economie](http://www.culture.gouv.fr/Actualites/La-culture-un-secteur-strategique-de-l-economie)  
[www.culture.gouv.fr/Regions/DRAC-Hauts-de-France/Actualites/L-Art-d-acceder-a-l-emploi](http://www.culture.gouv.fr/Regions/DRAC-Hauts-de-France/Actualites/L-Art-d-acceder-a-l-emploi)

[www.culture.gouv.fr/Actualites/Micro-Folies-l-irresistible-succes-d-un-dispositif-innovant](http://www.culture.gouv.fr/Actualites/Micro-Folies-l-irresistible-succes-d-un-dispositif-innovant)

Musée de l'histoire et de l'immigration  
[www.histoire-immigration.fr/programmation/expositions/paris-et-nulle-part-ailleurs](http://www.histoire-immigration.fr/programmation/expositions/paris-et-nulle-part-ailleurs)

Musée Guggenheim Bilbao  
[www.guggenheim-bilbao.eus/fr/expositions/paris-capitale-des-arts-1900-1968](http://www.guggenheim-bilbao.eus/fr/expositions/paris-capitale-des-arts-1900-1968)

Nouveaux Commanditaires  
[www.nouveauxcommanditaires.eu](http://www.nouveauxcommanditaires.eu)

Obivous  
[www.obvious-art.com/page-about-obvious/](http://www.obvious-art.com/page-about-obvious/)

Opensea  
[opensea.io](http://opensea.io)

Plan France 2030  
[www.economie.gouv.fr/france-2030#](http://www.economie.gouv.fr/france-2030#)

Pole emploi - L'Art d'accéder à l'emploi  
[www.pole-emploi.org/accueil/actualites/2022/lart-au-service-du-retour-a-lemploi.html?type=article#:~:text=Dans%20les%20Hauts%2Dde%2DFrance,qui%20ont%20d%C3%A9j%C3%A0%20eu%20lieu.](http://www.pole-emploi.org/accueil/actualites/2022/lart-au-service-du-retour-a-lemploi.html?type=article#:~:text=Dans%20les%20Hauts%2Dde%2DFrance,qui%20ont%20d%C3%A9j%C3%A0%20eu%20lieu.)

Rock en Seine  
[www.linkedin.com/posts/rock-en-seine\\_rock-en-seine-2022-le-bilan-activite-6969677593432182784-jNqX?utm\\_source=share&utm\\_medium=member\\_ios](http://www.linkedin.com/posts/rock-en-seine_rock-en-seine-2022-le-bilan-activite-6969677593432182784-jNqX?utm_source=share&utm_medium=member_ios)

The Music Network  
[themusicnetwork.com](http://themusicnetwork.com)

Unesco, réseau des villes créatives  
[en.unesco.org/creative-cities/austin](http://en.unesco.org/creative-cities/austin)

Ville de paris  
[www.paris.fr/nuit-blanche-retrospective](http://www.paris.fr/nuit-blanche-retrospective)

WeareFrenchTouch  
[www.wearefrenchtouch.com](http://www.wearefrenchtouch.com)

We Love Green  
[www.welovegreen.fr/charte-green](http://www.welovegreen.fr/charte-green)

Welcome City Lab  
[welcomecitylab.parisandco.paris](http://welcomecitylab.parisandco.paris)

## **Directrice de la publication**

Chloë Voisin-Bormuth

## **Rédaction**

Laure Pressac,  
*Directrice de l'ingénierie culturelle - Beaux Arts Consulting*

Alice Pech,  
*Consultante - Beaux Arts Consulting*

Solenne Blanc,  
*Directrice générale - Beaux Arts & Cie*

Chloë Voisin-Bormuth,  
*Directrice générale - Paris Île-de-France Capitale Économique*

Louise Limare,  
*Chargée de communication & d'événementiel  
- Paris Île-de-France Capitale Économique*

Keelin Carroll,  
*Chargée de projets et études culture, art et innovation  
- Paris Île-de-France Capitale Économique*

## **Communication**

Louise Limare

## **Graphisme / maquette**

Michel Barreteau

## **Logo et charte graphique**

Cylk Agency

## **Images** (sauf mention contraire)

iStock, Pixabay, AdobeStock

## **Éditeur**

Paris Île-de-France Capitale Économique  
2 Place de la Bourse  
75002 Paris  
[contact@gp-investment-agency.com](mailto:contact@gp-investment-agency.com) / 01.55.65.49.40

ISSN : 978-2-492718

ISBN : 978-2-492718-07-6

© Tous droits réservés – 2023





**PARIS ILE-DE-FRANCE**  
CAPITALE ÉCONOMIQUE

**GREATER PARIS**  
INVESTMENT AGENCY

Avec le soutien de



**Métropole**  
du Grand Paris



**CCI PARIS ILE-DE-FRANCE**



9 782492 718076